



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE CEBADA EN
LA PARROQUIA TIXÁN, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO
2023.”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

MARIA LLAMILEX ROMERO VILLACRES

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE CEBADA EN
LA PARROQUIA TIXÁN, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO
2023.”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: MARIA LLAMILEX ROMERO VILLACRES

DIRECTOR: ING. CARINA DEL ROCIO CEVALLOS RAMOS

Riobamba – Ecuador

2023

©2023, Maria Llamilex Romero Villacres

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Maria Llamilex Romero Villacres, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 01 de diciembre de 2023

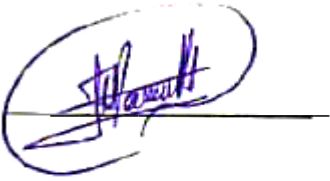
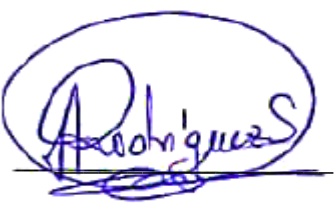


Maria Llamilex Romero Villacres

C.I: 060491470-5

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE CEBADA EN LA PARROQUIA TIXÁN, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2023.**”, realizado por la señorita: **MARIA LLAMILEX ROMERO VILLACRES**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Fausto Francisco Navarrete Chavez PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2023-12-01
Ing. Carina del Rocio Cevallos Ramos DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-12-01
Ing. Ángel Eduardo Rodríguez Solarte ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-12-01

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación va dedicado con todo mi corazón a Dios, a mis abuelitos, a mis padres Javier Romero y Georgina Villacres, a mi angelito que está en el cielo, a mis hermanos y a mi familia que son el pilar fundamental en mi formación profesional para poder culminar mi carrera universitaria; a todos mis profesores de mi prestigiosa carrera por brindarme todo su apoyo incondicional y moral, ellos son los que me dieron grandes enseñanzas y son los principales protagonistas de este sueño alcanzado en el transcurso de mi vida, a mi directora y asesor de mi trabajo de titulación por haberme brindado todos sus conocimientos para poder culminar mi trabajo de titulación.

Llamilex

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios primeramente por cada día de vida que me regala, por todos los momentos alegres y tristes de mi vida, por las bendiciones que me ha regalado día a día, a lo largo de mi carrera universitaria, mi agradecimiento a la prestigiosa Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por haberme permitido formar parte de la familia politécnica , a mi prestigiosa carrera de Finanzas por haberme impartido conocimientos y valores éticos para ser profesionales de calidad y a mi tribunal de titulación por haberme brindado todo su apoyo y conocimiento en este proceso .

Llamilex

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
RESUMEN.....	xix
ABSTRACT	xx
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA	2
1.1. Planteamiento del problema	2
1.2. Formulación del problema	3
1.3. Objetivos.....	3
1.4. Justificación.....	4
1.4.1. <i>Justificación teórica</i>	4
1.4.2. <i>Justificación metodológica</i>	4
1.4.3. <i>Justificación práctica</i>	4

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. Antecedentes de investigación	5
2.2. Fundamentación teórica.....	6
2.2.1. <i>Factibilidad</i>.....	6
2.2.2. <i>Proyecto</i>	6
2.2.2.1. <i>Etapas de un proyecto</i>.....	6
2.2.2.2. <i>Estructura del proyecto</i>.....	7
2.2.2.3. <i>Aspectos Básicos de la factibilidad</i>.....	7
2.2.3. <i>Centro de Acopio</i>	8
2.2.3.1. <i>Características del Centro de Acopio</i>	8
2.2.3.2. <i>Función del Centro de Acopio</i>	9
2.2.4. <i>Estudio de mercado</i>	9
2.2.4.1. <i>Objetivos del estudio de mercado</i>	9

2.2.4.2.	<i>Importancia del estudio de mercado</i>	10
2.2.4.3.	<i>Análisis FODA</i>	10
2.2.4.4.	<i>Demanda</i>	10
2.2.4.5.	<i>Análisis de la demanda</i>	11
2.2.4.6.	<i>Tipos de demanda</i>	11
2.2.4.7.	<i>Demanda proyectada</i>	11
2.2.4.8.	<i>Demanda insatisfecha</i>	12
2.2.4.9.	<i>Oferta</i>	12
2.2.4.10.	<i>Análisis de la oferta</i>	12
2.2.4.11.	<i>Oferta proyectada</i>	13
2.2.4.12.	<i>Tipos de oferta</i>	13
2.2.5.	<i>Marketing Mix</i>	13
2.2.5.1.	<i>Comercialización</i>	14
2.2.5.2.	<i>Precio</i>	14
2.2.5.3.	<i>Canales de distribución</i>	14
2.2.6.	<i>Estudio legal</i>	15
2.2.7.	<i>Estudio administrativo</i>	16
2.2.7.1.	<i>Organigrama</i>	16
2.2.7.2.	<i>Misión</i>	16
2.2.7.3.	<i>Visión</i>	16
2.2.7.4.	<i>Valores institucionales</i>	16
2.2.7.5.	<i>Políticas</i>	16
2.2.8.	<i>Estudio técnico</i>	17
2.2.8.1.	<i>Proceso productivo</i>	17
2.2.8.2.	<i>Tamaño del proyecto</i>	17
2.2.8.3.	<i>Ingeniería del proyecto</i>	17
2.2.8.4.	<i>Localización</i>	18
2.2.8.5.	<i>Macro-localización</i>	18
2.2.8.6.	<i>Macro-localización</i>	18
2.2.9.	<i>Evaluación económico y financiero</i>	18
2.2.9.1.	<i>Inversión</i>	19
2.2.9.2.	<i>Ingresos</i>	19
2.2.9.3.	<i>Costos fijos y variables</i>	19
2.2.9.4.	<i>Egresos</i>	20
2.2.9.5.	<i>Gastos de administración</i>	20
2.2.9.6.	<i>Gastos financieros</i>	20

2.2.9.7.	<i>Gastos de ventas</i>	20
2.2.9.8.	<i>Punto de equilibrio</i>	21
2.2.9.9.	<i>Valor Actual Neto</i>	21
2.2.9.10.	<i>Tasa Interna de Retorno</i>	21
2.2.9.11.	<i>Periodo de Recuperación de Inversión</i>	21
2.2.9.12.	<i>Razón Beneficio Costo</i>	21
2.3.	Macro Conceptual	22
2.3.1.	<i>Calidad</i>	22
2.3.2.	<i>Precio justo</i>	22
2.3.3.	<i>Cebada</i>	22
2.4.	Idea para defender	22
2.4.1.	<i>Variable Independiente</i>	22
2.4.2.	<i>Variable dependiente</i>	22

CAPÍTULO III

3.	Marco Metodológico	23
3.1.	Enfoque de investigación	23
3.1.1.	<i>Enfoque cuantitativo</i>	23
3.1.2.	<i>Enfoque cualitativo</i>	23
3.2.	Alcance	23
3.3.	Tipo de investigación	23
3.3.1.	<i>Descriptivo</i>	23
3.3.2.	<i>Exploratorio</i>	24
3.4.	Diseño de investigación	24
3.4.1.	<i>No experimental</i>	24
3.5.	Tipo de estudio	24
3.5.1.	<i>Campo</i>	24
3.5.2.	<i>Documental</i>	24
3.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	25
3.6.1.1.	<i>Método deductivo</i>	25
3.6.1.2.	<i>Método inductivo</i>	25
3.6.2.	Técnicas	25
3.6.2.1.	<i>Encuesta</i>	25
3.6.2.2.	<i>Entrevista</i>	26
3.7.	Instrumentos	26

3.7.1.1.	<i>Test o cuestionario</i>	26
3.8.	Población y muestra	26
3.8.1.	<i>Población</i>	26
3.8.2.	<i>Planificación</i>	26
3.8.3.	<i>Selección</i>	26
3.8.4.	<i>Cálculo de tamaño de la muestra</i>	27

CAPÍTULO IV

4.	RESULTADOS	28
4.1.	Análisis e Interpretación de Resultados de los Agricultores de la Cebada	28
4.2.	Análisis e Interpretación de Resultados de los Propietarios de Molinos, Bodegas y Comerciantes.	40
4.3.	Entrevista dirigida al Presidente de la Junta Parroquial de Tixán.	54

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	56
5.1.	Hilo conductor de la propuesta	56
5.2.	Introducción	56
5.3.	Objetivo de la propuesta	57
5.3.1.	<i>Objetivo general</i>	57
5.3.2.	<i>Objetivos específicos</i>	57
5.4.	Análisis de la matriz FODA	58
5.4.1.	<i>Estrategias de la matriz FODA</i>	59
5.5.	Estudio de Mercado	62
5.5.1.	<i>Análisis de la demanda</i>	62
5.5.1.1.	<i>Demanda de cebada en Ecuador</i>	62
5.5.1.2.	<i>Proyección de la demanda</i>	62
5.5.2.	<i>Análisis de la oferta</i>	63
5.5.2.1.	<i>Análisis de la oferta</i>	63
5.5.2.2.	<i>Oferta proyectada</i>	63
5.5.3.	<i>Demanda insatisfecha</i>	65
5.6.	Marketing Mix	66
5.6.1.	<i>Precio</i>	66
5.6.2.	<i>Plaza</i>	66

5.6.3.	<i>Producto</i>	67
5.6.4.	<i>Promoción</i>	67
5.7.	Estudio legal	68
5.7.1.	<i>Forma jurídica de las empresas asociativas</i>	68
5.7.2.	<i>Pasos y requisitos de constitución de un centro de acopio</i>	69
5.8.	Estudio organizacional	72
5.8.1.	<i>Nombre del centro de acopio</i>	72
5.8.2.	<i>Logo del centro de acopio</i>	72
5.8.3.	<i>Slogan</i>	72
5.8.4.	Propuesta de la filosofía corporativa	73
5.8.4.1.	<i>Visión</i>	73
5.8.4.2.	<i>Misión</i>	73
5.8.4.3.	<i>Objetivos estratégicos</i>	73
5.8.4.4.	<i>Principios institucionales</i>	74
5.8.4.5.	<i>Políticas empresariales</i>	74
5.8.4.6.	<i>Estructura orgánica de la asociación</i>	75
5.8.4.7.	<i>Manual de funciones</i>	76
5.8.5.	Estudio técnico	83
5.8.5.1.	<i>Macro localización</i>	83
5.8.5.2.	<i>Micro localización</i>	84
5.8.5.3.	<i>Proceso y procedimiento</i>	85
5.8.5.4.	<i>Capacidad de planta</i>	86
5.8.5.5.	<i>Distribución de la planta</i>	87
5.8.5.6.	<i>Presupuesto del proyecto para el funcionamiento del centro de acopio</i>	89
5.8.6.	Estudio económico financiero	91
5.8.6.1.	<i>Inversión fija</i>	91
5.8.6.2.	<i>Inversión diferida</i>	92
5.8.6.3.	<i>Capital del trabajo</i>	92
5.8.6.4.	<i>Resumen de la inversión</i>	93
5.8.6.5.	<i>Financiamiento</i>	93
5.8.6.6.	<i>Costos de producción</i>	94
5.8.6.7.	<i>Gastos administrativos</i>	95
5.8.6.8.	<i>Gastos de venta</i>	95
5.8.6.9.	<i>Gastos financieros</i>	95
5.8.6.10.	<i>Ingresos</i>	96
5.8.6.11.	<i>Estado de resultados</i>	97

5.8.6.12.	<i>Balance general</i>	98
5.8.6.13.	<i>Flujo neto del efectivo</i>	99
5.8.6.14.	<i>Punto de equilibrio</i>	100
5.8.7.	<i>Evaluación económica financiera</i>	101
5.8.7.1.	<i>Valor Actual Neto</i>	101
5.8.7.2.	<i>Tasa Interna de Retorno</i>	102
5.8.7.3.	<i>Periodo de Recuperación de la Inversión</i>	102
5.8.7.4.	<i>Relación Beneficio Costo</i>	103
 CONCLUSIONES		104
RECOMENDACIONES		105
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2-1:	Tamaño del Proyecto.....	17
Tabla 4-1:	Género	28
Tabla 4-2:	Edad.....	29
Tabla 4-3:	Superficie de terreno	30
Tabla 4-4:	Producción de cebada.....	31
Tabla 4-5:	Destinación de cebada.....	32
Tabla 4-6:	Tiempo del cultivo	33
Tabla 4-7:	Venta de cebada	34
Tabla 4-8:	Precio de venta	35
Tabla 4-9:	Creación de Centro de Acopio	36
Tabla 4-10:	Producción de cebada	37
Tabla 4-11:	Venta de cebada	38
Tabla 4-12:	Método de Pago	39
Tabla 4-13:	Género.....	40
Tabla 4-14:	Edad	41
Tabla 4-15:	Centro de Acopio	42
Tabla 4-16:	Compra en el Centro de Acopio.....	43
Tabla 4-17:	Frecuencia de compra	44
Tabla 4-18:	Características de la cebada	45
Tabla 4-19:	Preferencia de compra.....	46
Tabla 4-20:	Cantidad de adquisición.....	47
Tabla 4-21:	Destino del producto	48
Tabla 4-22:	Presentación	49
Tabla 4-23:	Pago por quintal	50
Tabla 4-24:	Compra de producto.....	51
Tabla 4-25:	Publicidad del Centro de Acopio	52
Tabla 4-26:	Método de Pago	53
Tabla 5-1:	Matriz FODA	58
Tabla 5-2:	Estrategias de la matriz FODA.....	59
Tabla 5-3:	Cálculo de la demanda actual.....	62
Tabla 5-4:	Proyección de la demanda.....	63
Tabla 5-5:	Cálculo de la oferta actual	64
Tabla 5-6:	Proyección de la oferta.....	64

Tabla 5-7:	Demanda Insatisfecha.....	65
Tabla 5-8:	Presupuesto estrategia Facebook.....	68
Tabla 5-9:	Aspectos de constitución del centro de acopio.....	68
Tabla 5-10:	Pasos y requisitos de constitución de un centro de acopio.....	69
Tabla 5-11:	Principios institucionales	74
Tabla 5-12:	Políticas empresariales.....	74
Tabla 5-13:	Funciones del Gerente.....	77
Tabla 5-14:	Funciones de la Secretaría	78
Tabla 5-15:	Funciones del Contador	79
Tabla 5-16:	Funciones del Bodeguero.....	80
Tabla 5-17:	Funciones del Asistencia técnica	81
Tabla 5-18:	Manual de funciones obreros	82
Tabla 5-19:	Procedimientos.....	85
Tabla 5-20:	Capacidad instalada	86
Tabla 5-21:	Terreno.....	89
Tabla 5-22:	Cotización	89
Tabla 5-23:	Maquinaria y Equipo.....	90
Tabla 5-24:	Útiles de oficina	90
Tabla 5-25:	Vehículo.....	91
Tabla 5-26:	Equipo de cómputo	91
Tabla 5-27:	Muebles y Enseres	91
Tabla 5-28:	Inversión fija	92
Tabla 5-29:	Inversión diferida	92
Tabla 5-30:	Capital de Trabajo.....	93
Tabla 5-31:	Resumen de la inversión	93
Tabla 5-32:	Estructura del financiamiento	94
Tabla 5-33:	Tabla de amortización.....	94
Tabla 5-34:	Costos de producción.....	94
Tabla 5-35:	Gastos administrativos	95
Tabla 5-36:	Gasto de venta.....	95
Tabla 5-37:	Gastos financieros	96
Tabla 5-38:	Ingresos.....	97
Tabla 5-39:	Estado de resultados.....	97
Tabla 5-40:	Balance general.....	98
Tabla 5-41:	Flujo neto del efectivo	99
Tabla 5-42:	Punto de equilibrio año 1	100

Tabla 5-43:	Determinación de tasa de descuento	101
Tabla 5-44:	Valor actual neto	102
Tabla 5-45:	Periodo de recuperación de la inversión	102
Tabla 5-46:	Relación beneficio Costo	103

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2-1:	Etapas de Proyecto.....	6
Ilustración 2-2:	Tipos de Demanda.....	11
Ilustración 2-3:	Oferta.....	12
Ilustración 2-4:	Tipos de Oferta.....	13
Ilustración 2-5:	Marketing Mix.....	14
Ilustración 2-6:	Estudio Legal.....	15
Ilustración 4-1:	Género.....	28
Ilustración 4-2:	Edad.....	29
Ilustración 4-3:	Superficie de terreno.....	30
Ilustración 4-4:	Producción de cebada.....	31
Ilustración 4-5:	Destinación de cebada.....	32
Ilustración 4-6:	Tiempo de cultivo.....	33
Ilustración 4-7:	Venta de cebada.....	34
Ilustración 4-8:	Precio de venta.....	35
Ilustración 4-9:	Creación de Centro de Acopio.....	36
Ilustración 4-10:	Producción de cebada.....	37
Ilustración 4-11:	Venta de cebada.....	38
Ilustración 4-12:	Método de Pago.....	39
Ilustración 4-13:	Género.....	40
Ilustración 4-14:	Edad.....	41
Ilustración 4-15:	Centro de Acopio.....	42
Ilustración 4-16:	Compra en el centro de Acopio.....	43
Ilustración 4-17:	Frecuencia de compra.....	44
Ilustración 4-18:	Características de la cebada.....	45
Ilustración 4-19:	Preferencia de compra.....	46
Ilustración 4-20:	Cantidad de adquisición.....	47
Ilustración 4-21:	Destino de compra.....	48
Ilustración 4-22:	Presentación.....	49
Ilustración 4-23:	Pago por quintal.....	50
Ilustración 4-24:	Compra de producto.....	51
Ilustración 4-25:	Publicidad del Centro de Acopio.....	52
Ilustración 4-26:	Método de pago.....	53
Ilustración 5-1:	Hilo conductor.....	56

Ilustración 5-2:	Demanda Insatisfecha.....	65
Ilustración 5-3:	Canales de comercialización.....	66
Ilustración 5-4:	Producto.....	67
Ilustración 5-5:	Gigantografía.....	67
Ilustración 5-6:	Logo del centro de acopio.....	72
Ilustración 5-7:	Organigrama propuesta.....	76
Ilustración 5-8:	Macro Localización	83
Ilustración 5-9:	Micro localización	84
Ilustración 5-10:	Acopio de cebada	86
Ilustración 5-11:	Distribución de la planta	87
Ilustración 5-12:	Distribución Espacial del Centro de Acopio (Diseño Final).....	88
Ilustración 5-13:	Diseño del centro de acopio	88
Ilustración 5-14:	Punto de equilibrio año 1	101

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: EVIDENCIA DE LA REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA DIRIGIDA CLIENTES

ANEXO B: EVIDENCIA DE LA REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS
AGRICULTORES

ANEXO C: FORMATO DE LA ENTREVISTA

ANEXO D: FOTOS REALIZADAS EN LA ENCUESTA

RESUMEN

El proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio y comercialización de cebada en la parroquia Tixán, provincia de Chimborazo, año 2023, debido que los agricultores al desarrollar la venta de su producto no es la correcta, Como objetivo de la investigación se enfocó en diagnosticar la situación actual y elaborar las fases des estudio del mercado para que permita al agricultor pagar un precio justo. En la investigación se empleó una metodología tanto cuantitativa como cualitativa, se aplicó instrumentos como las encuestas a los agricultores productores de cebada y a los dueños de molinos, al igual se realizó un diagnóstico situacional mediante la matriz FODA, donde se pudo determinar que existe precios bajos en mercados locales debido a los precios que paga el intermediario, no hay asociatividad entre los productores de cebada, no existen clientes fijos. Para dar solución a la problemática se desarrolla cada uno de las fases del estudio de mercado donde se conoce que la parroquia Tixan que está conformado por 100 productores de cebada los cuales producen de 5 hasta 100 quintales, al igual se determinó que existe 42 empresas que realizan derivados de cebada siendo los futuros clientes, para poder llegar al consumidor se aplicó diferentes estrategias de comercialización que ayuden a posesionar en al ente del cliente para ello se analizó la estructura orgánica y filosofía corporativa con la que debe desempeñar su actividades dando cumplimiento a los procesos y procedimientos en cada uno de las áreas lo cual se pudo demostrar que el proyecto es viable debido que la evaluación económica financiera demostró un VAN \$ 9.447,74 TIR 20,34% Periodo de Recuperación de la Inversión de 4 años 5 meses y una Relación Beneficio Costo 1,18 siendo restable y aplicable.

Palabras clave: <ESTUDIO DE MERCADO>, <ANÁLISIS ESTRATÉGICO>, <NICHOS DE MERCADO>, <PLANIFICACIÓN>, <FILOSOFÍA CORPORATIVA>.



08-12-2023

2168-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The feasibility project for the creation of a barley collection and marketing center in the Tixán parish, Chimborazo province, year 2023 is due to the fact that farmers do not sell their product correctly. The objective of the research was to diagnose the current situation and elaborate the market study to allow the farmer to pay a reasonable price. A quantitative and qualitative methodology was used in the research, applying instruments such as surveys to barley farmers and mill owners; as well as, a situational diagnosis using the SWOT matrix, where it was determined that there are low prices in local markets because the prices paid by the intermediary, there is no associativity among barley producers, and there are no fixed customers. In order to solve the problem, each of the phases of the market study is developed, where it is known that Tixán parish is made up of 100 barley producers who produce from 5 to 100 quintals, and it was also determined that there are 42 companies that produce barley derivatives as future customers. To reach the consumer, different marketing strategies were applied to help position the company in the customer's mind. For this purpose, the organizational structure and corporate philosophy with which the company must carry out its activities was analyzed to fulfill with the processes and procedures in each of the areas. It was demonstrated that the project is viable since the economic and financial evaluation showed an NPV of \$9,447.74 IRR 20.34%, an Investment Recovery Period of 4 years 5 months and a Benefit-Cost Ratio of 1.18 being reestablished and applicable.

Keywords: <MARKET STUDY>, <STRATEGIC ANALYSIS>, <MARKET NICHE>, <PLANNING>, <CORPORATE PHILOSOPHY>.



Lic. Silvia Narcisa Cazar Costales

C.I: 0604082255

INTRODUCCIÓN

El estudio de mercado nos ayuda construir lineamientos que están focalizados en dar a conocer un producto o servicio en el entorno a un grupo de personas interesados en adquirirlos en beneficio propio o de transformación para derivados, la presente investigación se analiza la creación de un centro de acopio de cebada en la parroquia Tixán para lo cual se desarrolla cinco capítulos los cuales se describen a continuación

Capítulo I.- Planteamiento del problema se analiza la situación de los productores de cebada los cuales son 100 agricultores que realizan esta actividad por varios presentando varios problemas como es la estipulación del intermediario el cual paga montos bajos en comparación al proceso del cultivo para ello se plantea el estudio de mercado con objetivos que ayuden a canalizar información clara para desarrollar la investigación.

Capítulo II.- Marco teórico hace énfasis a conocer lo conceptos de diferentes autores los cuales son guía fundamental para dar cumplimiento a cada uno de las fases del estudio de mercado para poder crear el centro de acopio de cebada en la parroquia Tixán del cantón Alausí.

Capítulo III.- Marco metodológico donde se aplica varios métodos técnicas e instrumentos que ayudan a ser partícipes directos de la investigación para ello se analizó a quienes se desarrollaran la encuesta considerando a 100 productores partícipes directos para la investigación.

Capítulo IV.- Marco de resultados ayudó a determinar la opinión de los productores de cebada para la creación del centro de acopio en los cuál se evidenció una aceptación del 100% al igual que la encuesta realizada a los Propietarios de Molinos, Bodegas y Comerciantes donde el 84% sería participe en comprar la cebada.

Capítulo V.- Marco propositivo donde se desarrolla la oferta, demanda de la cebada considerando un producción adecuada para el acopio y comercialización, para ello se plantea estrategias de marketing adecuadas para poder llegar a satisfacer a los propietarios de Molinos, Bodegas y Comerciantes, para ello se debe cumplir los requisitos que son necesarios para dar funcionamiento mediante la creación de la estructura organizacional adecuada para el funcionamiento empresarial dando cumplimiento a cada uno de los procesos en las áreas creadas con un personal altamente capacitado, donde se pudo demostrar la factibilidad del proyecto debido que los ingresos, gastos, fueron inferiores a los ingresos, lo que ocasionó que este proyecto puede ser ejecutado y tenga beneficio para los agricultores de la parroquia Tixán

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

A nivel mundial la cebada es el quinto cereal de mayor importancia y productividad para la alimentación humana y animal, con el 50% del área y 63% del volumen de producción el 40% de la producción ecuatoriana se usa para producir cerveza, mientras que los excedentes se comercializan en mercados locales y sirven para generar subproductos, a pesar de la importancia de la cebada para la economía agrícola, en Ecuador se producen solo 24000 t/año, con una productividad promedio 0,60 t/ha, y con costos de producción de hasta U\$\$ 700 por hectárea (Lema Aguirre, Basantes Morales, & Pantoja Guamán, 2016)

A partir del 2020, la Cervecería Nacional implementa el programa “Siembra por contrato” una iniciativa dirigida a las comunidades de la provincia de Chimborazo. Donde recibirán semillas certificadas, insumos, asesoría técnica, maquinaria, apoyo económico y capacitaciones para asegurar la producción impulsando la economía y la producción a nivel nacional (Tapia, 2022)

Dentro de la provincia de Chimborazo se encuentra la parroquia Tixán está localizada en el nor-oriental del cantón Alausí, al extremo sur de la provincia de Chimborazo. Desde el monumento a la Luna (salida sur de Riobamba) hasta el centro parroquial de Tixán existen 75 km, tiene una superficie aproximada de 180,83 km² que representan el 10,58% del cantón Alausí, sus principales productos agrícolas en un total de 6059 Has., son la cebada, pasto, chocho sembrados en 4576,30 Has, que representan el 73,02% y las papas, habas, trigo, avena, vicia, maíz, y alfalfa en 1932,72 Has, que representa el 26,98% a nivel parroquial (GAD de Tixán, 2019).

La Población Económicamente Activa (PEA) global de la parroquia Tixán está constituido por 4679 personas de las cuales el 48% (5992) son hombres, constituyéndose en la mayor fuerza laboral por sexo y mayoritariamente involucrados en el sector primario de la economía de Tixán en tanto la población económicamente inactiva “PEI” está predominada por las mujeres con un 52% (6491).

Es sustancial señalar que esta investigación nos permitirá conocer un poco más sobre la problemática que vive actualmente los agricultores de la parroquia de Tixán de la venta de su producto que es la cebada y como es comercializado, en este orden de ideas conoceremos los

factores que influyen en el mercado del rubro cebada, y cual es en su totalidad el mercado comercial que abarca.

En cierta manera la cebada en su producción y comercialización en la zona de la sierra de la Provincia de Chimborazo se ve muy ligada a lo que sucede o al comportamiento del mercado en sus alrededores, específicamente lo que sucede en el mercado de los grandes comerciantes de la Provincia Chimborazo que, en su defecto se convierten en demandantes, específicamente el sector de la parroquia Tixán ha tenido siempre y tendrá una gran importancia no solo para esta zona sino también para el país, ya que este es uno de los productos que generan grandes ingresos al mismo, de igual manera, esta es una zona eminentemente buena con respecto a la producción de cebada, en cierta forma se ha de tener presente la manera en que este producto se ha destacado, dentro del ámbito económico de nuestra localidad o nuestra nación.

1.2. Formulación del problema

De qué forma ayudará un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio destinado a la comercialización de cebada en la parroquia Tixán, Provincia de Chimborazo, ¿para mejorar la calidad de vida de los agricultores?

1.3. Objetivos

1.3.1. *Objetivo General*

Elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio destinado para la comercialización de cebada en la parroquia Tixán, Provincia de Chimborazo, año 2023, que permita contribuir con un precio justo en los cuales se expenden los productos en el mercado.

1.3.2. *Objetivo Específicos*

- Diagnosticar la situación actual de los agricultores sobre la venta de cebada a través de diferentes métodos, herramientas, que nos permitan identificar los problemas actuales.
- Desarrollar un marco teórico mediante investigación bibliográfica que sirva de referencia para la elaboración de las fases del estudio de mercado.
- Determinar la demanda y oferta para conocer el alcance que tendrá el centro de acopio en relación al mercado con una maquinaria o equipos de puntas para efectivizar la inversión.

1.4. Justificación

La presente investigación nos ayudará a conocer la realidad del sector debido a que vive en la parroquia y ha palpado a diario la problemática que tiene los productores al momento de comercializar el producto, son realmente explotados por los intermediarios esto ha provocado un estancamiento en el desarrollo de los productores perjudicándolos en la calidad de vida de sus familias y con la construcción del centro de acopio en la parroquia Tixán, se busca captar volúmenes más elevados de cebada para contribuir con un precio justo.

1.4.1. *Justificación teórica*

Por medio de este trabajo de investigación se realizó la recopilación de información veraz y confiable de diversos autores de libros, tesis, documentos digitales revistas, artículos científicos, etc., de esta manera podremos determinar la posibilidad de poder desarrollar un negocio o un proyecto que se desea implementar para verificar si es rentable o no y cómo podríamos solucionar las dificultades que se puedan presentar en la parroquia Tixán.

1.4.2. *Justificación metodológica*

La presente investigación de titulación se puso en práctica las diferentes metodologías adquiridas ya que es primordial para poder elaborar un estudio de factibilidad, ya que depende de las herramientas aplicadas para poder conocer de manera cuantitativa y cualitativa que ayuden a dar una solución mediante métodos de investigación como el inductivo, deductivo y sintético, técnicas e instrumentos tales como la entrevista y la encuesta que permita obtener la información relevante al diagnóstico a realizar que ayuden a mejorar la rentabilidad de la empresa.

1.4.3. *Justificación práctica*

El presente trabajo de investigación es poder tener una visualización más precisa sobre la comercialización de la cebada dentro de la futura institución, bajo lineamientos que sirven para la toma de decisiones de inversión, interrogantes del estudio, por lo tanto, se justifica plantear un estudio de factibilidad que de mejores resultados trazando políticas, estrategias adecuadas que nos ayude a brindar un buen servicio a los agricultores y nuestros futuros clientes de la parroquia Tixán

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

En este capítulo es importante para analizar las bases teóricas de diferentes fuentes o autores confiables de esa manera podremos realizar el desarrollo del respectivo proyecto de factibilidad.

2.1. Antecedentes de investigación

En base a las siguientes investigaciones realizadas de los Centros de Acopios se puede plantear un escenario más realista de acuerdo a los previos análisis de la parroquia Tixán, dentro de estas investigaciones se encontraron aspectos muy importantes como el enfoque en la inversión y el resultado positivo que tiene un centro de acopio de diferentes productos, en nuestro caso nos da un camino de ser realizable el centro de acopio de cebada para ver si es rentable o no.

En mención al trabajo realizado por los autores (Ureña Callay & Pazmiño Meza, 2013) con el tema Proyecto De Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio y Comercialización de Granos Secos en el Cantón San Miguel de Bolívar, Provincia Bolívar, Periodo 2012 – 2013 en el desarrollo del proyecto se determinaron resultados positivos, los cuales permiten visualizar una aceptación del 92% en referencia a un centro de acopio que les pueda proveer de los granos, además de contar con una demanda insatisfecha amplia, la cual llega a 153.811 kg. en cuanto al frejol, 128.542 kg, en relación con el maíz y 59.281 kg, en relación con el trigo.

Como menciona (Villa Guamán, 2022) en su tesis titulada Proyecto de Factibilidad para la Creación de un Centro de Acopio de Granos y Cereales en la Parroquia Tixán, Cantón Alausí, Año 2022 en base a la evaluación financiera se determina el Valor Actual Neto positivo de \$57,274.80 una Tasa Interna de Retorno de 31.26%, un periodo de recuperación de inversión de 3 años, 4 meses y 24 días, la relación de beneficio costo de \$1,46 por cada dólar invertido, siendo así rentable el proyecto.

(Crespo Parra, 2022) presentó una tesis titulada sobre un Proyecto de Factibilidad para la Industrialización y Comercialización de la papa en la Parroquia la Matriz, Cantón Alausí Provincia de Chimborazo, año 2022. se obtuvieron indicadores positivos incluyendo los valores donde se refleja que el desarrollo es posible previo a los presupuestos establecidos en todos los procesos anteriores llegando a la unión de todos los mismos donde se demostró que al abrir el Centro de Acopio de Trigo en la parroquia Achupallas se identificó que los indicadores

financieros reflejan un VAN positivo de \$ 675.699,97 dólares y una Tasa Interna de Retorno de 33,64%, con estos valores se demuestra que el desarrollo de este proyecto es viable, factible en el aspecto laboral y económico siendo una oportunidad de crecimiento para la población en general e indicando que existirá una rentabilidad considerable partiendo de un precio justo.

2.2. Fundamentación teórica

2.2.1. Factibilidad

Se dice que este es el nivel más profundo en la definición de proyectos, la tasa de error y la incertidumbre se reduce extremadamente gracias al nivel de detalle. Sin embargo, se enfoca en evaluar y analizar la alternativa más atractiva de las generadas durante el período (Albis, 2015).

2.2.2. Proyecto

Un proyecto nace cuando existe una necesidad o hay una iniciativa que se desea implementar en una cierta zona y que para ello se requiere utilizar recursos, los cuales son escasos y de uso alternativo para satisfacer las necesidades de la sociedad (Sapag, 2014, pág. 7).

2.2.2.1. Etapas de un proyecto

Ahora (Albis, 2015), bien menciona que una vez definido el ciclo del proyecto, se entrará a revisar cada una de las fases que hacen parte del mismo

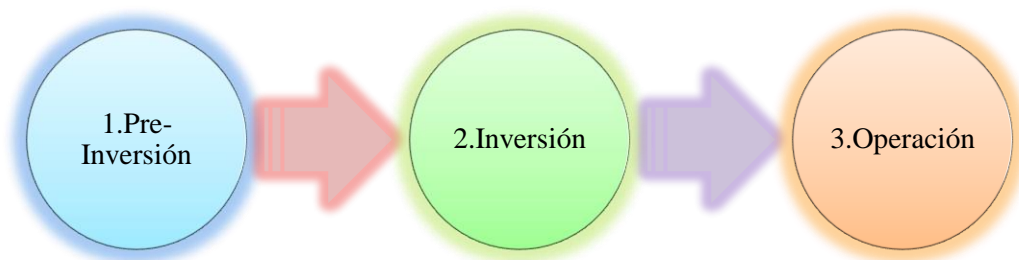


Ilustración 2-1: Etapas de Proyecto

Realizado por: Romero, L. 2023.

- Pre-Inversión se identifica y se evalúa el proyecto, donde se define la factibilidad del mismo.
- Inversión se ejecuta todos los estudios realizados para la implantación del proyecto generando un cronograma del trabajo y las inversiones.

- Operación esta fase es la final donde se pone en marcha el proyecto para cubrir una necesidad de un bien o servicio.

2.2.2.2. *Estructura del proyecto*

En la estructura que presenta como una guía para el desarrollo de un proyecto de factibilidad ya que nos permite realizar un estudio correspondiente.

- Estudio de mercado
- Estudio de Marketing Mix
- Estudio Legal
- Estudio Administrativo
- Estudio Técnico
- Evaluación Económica Financiera

2.2.2.3. *Aspectos Básicos de la factibilidad*

Referenciado por, (Herrera, 2016), la factibilidad debe estar conformado por los siguientes aspectos:

a) Factibilidad Operacional.

Hace mención del análisis de los recursos productivos que dependen de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo donde se evalúe y determiné todo lo necesario para poner en marcha el proyecto.

- Usar un nuevo sistema puede ser demasiado diverso para los usuarios de la organización u operador de un nuevo modo de sistema.
- Este nuevo sistema hará que los usuarios se resistan a la tecnología de trabajo, miedo a ser desplazado u otros motivos.
- Probabilidades de obsolescencia del sistema, los cambios anticipados en la práctica o políticas administrativas pueden hacer que el nuevo sistema quede obsoleto rápidamente.

b) Factibilidad Técnica.

Esta técnica brinda la oportunidad de evaluar si los recursos están disponibles y si cada alternativa de diseño planificado tiene las capacidades técnicas necesaria, también consideramos las interfaces entre el sistema existente y el nuevo sistema.

- Diseñar el sistema existente.
- Disponibilidad de tecnología que cubra necesidades. Además, estos estudios consideran si la organización tiene empleados con la experiencia técnica necesaria para diseñar, implementar, operar el sistema.

c) Factibilidad Económica.

En vista de que estos estudios pueden incluir el análisis de costos e ingresos asociados con la compra y operación de cada sistema alternativo del proyecto puesto que se establece una comparación entre ellos y esto nos permite elegir el sistema más adecuado para la organización.

- Tiempo de analista.
- Costo de estudio.
- Costo del tiempo del personal.
- Costo de tiempo.
- Costo del desarrollo/adquisición.

2.2.3. Centro de Acopio

El “Centro de Acopio” es una empresa establecida de acuerdo con la necesidad de las personas de recibir o almacenar productos para que puedan ser comercializados y recibir un precio justo dentro de un mercado libre competitivo. Tiene un valor añadido que lo diferencia de los productos ofrecidos por los intermediarios o en ferias populares (Universidad del Norte, 2018).

2.2.3.1. Características del Centro de Acopio

Referenciado de (Universidad del Norte, 2018) , nos menciona que la empresa debe tener canales de comercialización actuales para obtener ventajas comparativas en los mercados finales. Incrementar la demanda efectiva ofreciendo productos a un precio razonable y uniforme.

Sus principales características del centro de acopio son aquellas que contribuyen a incrementar el nivel de ingresos de los productos y lograr estimar precios competitivos en el mercado, además de la racionalización de los canales de distribución, se busca que los productos salgan de los lugares de difícil acceso con el fin de promover una mayor diversificación de productos.

2.2.3.2. Función del Centro de Acopio

A través del valor agregado, este se considera un enfoque principal donde los asociados encuentran lugares para almacenar o recolectar sus bienes o servicios, que luego se comercializarán de acuerdo con la ubicación del mercado y su precio entregando a un nivel competitivo de calidad (Universidad del Norte, 2018).

2.2.4. Estudio de mercado

Tiene como función determinar la demanda insatisfecha al comparar la demanda frente a la oferta de un producto o servicio, demostrando que existirán mayor cantidad demandantes o consumidores que oferentes, conocer los futuros clientes, la competencia, los precios del producto y de los competidores, así como las estrategias de mercadotecnia que se implementará (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022, pág. 47).

2.2.4.1. Objetivos del estudio de mercado

(Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022), nos dice que los objetivos que se quiere nos servirán para alcanzar su ejecución.

En base a esta situación se anuncian los siguientes objetivos:

- Identificar el producto a fabricar o servicio a ofrecer.
- Definir el área de mercado donde se venderán los productos.
- Determinar la demanda y oferta (Competencia).
- Conocer la demanda insatisfecha.
- Identificar las estrategias y sistemas de comercialización.
- Analizar precios con relación al servicio o producto a ofertar.

2.2.4.2. *Importancia del estudio de mercado*

Como menciona (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafra, 2022), dice que la importancia del estudio de mercado nos sirve para determinar la demanda insatisfecha a la que irá dirigido el producto o servicio, por medio de información del mercado.

Su importancia radica, también en proporcionar criterios útiles para:

- Determinar la capacidad de producción de la nueva planta.
- Estimar probables ingresos durante la vida útil de los productos
- Conocer las estructuras de abastecimiento de materias primas (mercado proveedor).
- Conocer la política estatal y sus efectos (impuestos, subsidios).
- Conocer los precios del mercado productor y consumidor.

2.2.4.3. *Análisis FODA*

El FODA es una herramienta clave para hacer un análisis interno y externo pormenorizada de la situación inicial de una organización o persona sobre la base de sus debilidades o fortalezas y en las oportunidades o amenazas que ofrece su entorno (Sánchez, 2020).

2.2.4.4. *Demanda*

Es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar en cada nivel de precios en un período determinado. La ley de la demanda es la cantidad demandada disminuye cuando el precio aumenta y viceversa (Galván, 2022).

Se deduce que la demanda es la cantidad de bienes y servicios que son consumidos por los consumidores a un mismo precio en los mercados en un tiempo específico para satisfacer en sus necesidades

Su fórmula es:

$$D_x = q_x = f(P_x)$$

Donde:

D_x: Demanda

q_x: Cantidad demandada

f: Función

P_x: Precio

2.2.4.5. *Análisis de la demanda*

Como bien afirma (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022), menciona que “Es un proceso a través del cual se busca conocer expectativas de adquirir un bien o servicio que tiene los consumidores potenciales, en un sitio a un precio determinado”

2.2.4.6. *Tipos de demanda*

Se indica que tenemos 4 tipos de demanda dentro de un proyecto.



Ilustración 2-2: Tipos de Demanda

Realizado por: Romero, L. 2023.

2.2.4.7. *Demanda proyectada*

La demanda proyectada, también conocida como demanda futura nos permite hacer un pronóstico para predecir el estado en el que se encontrará la demanda máxima después de un cierto período de tiempo, es decir estimar cuánto están dispuestos a comprar los consumidores un bien o servicio diseñados para satisfacer una necesidad (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022, pág. 62).

Su fórmula es:

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Dónde:

C_n: Capital final en el año “n”

C_o: Capital inicial

i: Tipo de interés anual compuesto

n: número de años

2.2.4.8. *Demanda insatisfecha*

Referenciado de (Riquelme, 2019), menciona que “La demanda insatisfecha es un pronóstico de los escasos que puede existir al querer adquirir un bien, representa el crecimiento poblacional y la restricción que en este puede presentarse

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda Proyectada} - \text{Oferta Proyectada}$$

2.2.4.9. *Oferta*

(Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022), indica que, “La oferta es la cantidad de bienes y servicios que se ofrece a la población o sociedad dentro de un territorio”

$$Q_x = f(P_x, p, t, e)$$

Dónde;

Q_x: Cantidad del bien x

p_x: Precio del bien x

p_i: Precio de los insumos

t: Tecnología

e: Estado de la economía

- Los factores que influyen en la Oferta son:

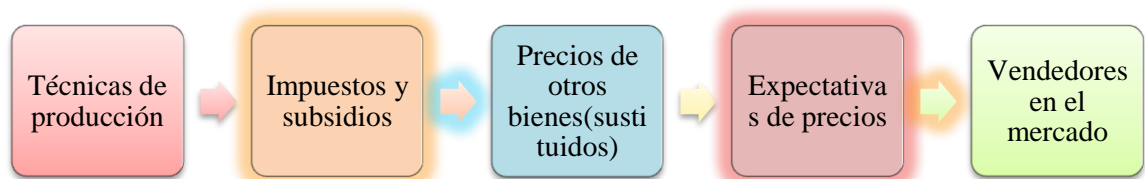


Ilustración 2-3: Oferta

Realizado por: Romero, L. 2023.

2.2.4.10. *Análisis de la oferta*

Dentro del proyecto de inversión, a través del análisis de la oferta buscamos establecer las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se ofertará en el mercado, disponible para el consumo del público o consumidor en cuanto a cantidades, precios, plazo y sitio, que permita

evaluar las fortalezas y debilidades, por ende, se debe implementar estrategias para mejorar la ventaja competitiva (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022).

2.2.4.11. *Oferta proyectada*

Se realiza mediante el coeficiente de compra de bienes o servicios, es decir se utilizan los ingresos y gastos de un país, por lo que se genera un determinado pronóstico que muestra un escenario del comportamiento del mercado y cuáles serán sus necesidades (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022).

2.2.4.12. *Tipos de oferta*

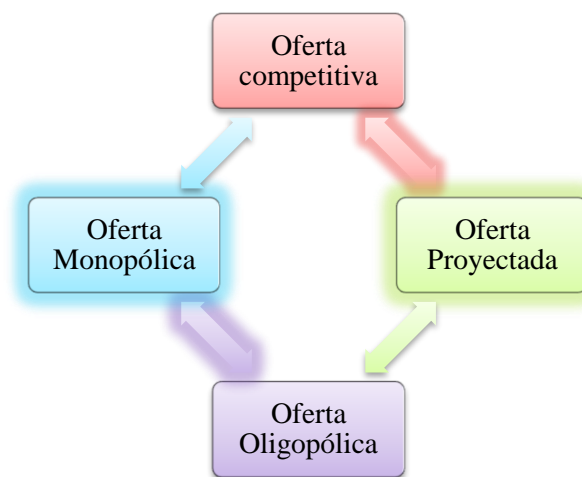


Ilustración 2-4: Tipos de Oferta

Realizado por: Romero, L. 2023.

La oferta se clasifica de acuerdo con el cumplimiento del mercado y existencia de las empresas que ponen a disposición de los clientes los bienes y servicios para satisfacer sus necesidades presentadas según la empresa y características de comportamiento de la organización para el cumplimiento del cliente, es fundamental conocer este rubro donde posicionará a la empresa si hay competencia o es único si habrá incentivos en el futuro.

2.2.5. *Marketing Mix*

Por otra parte (Araujo, 2012), menciona que: “El Marketing Mix es sustancial para decidir la creación y canales de comercialización de un bien o servicio que se enfoca en 4 aspectos fundamentales como, precio, producto, distribución, y promoción para generar propaganda”

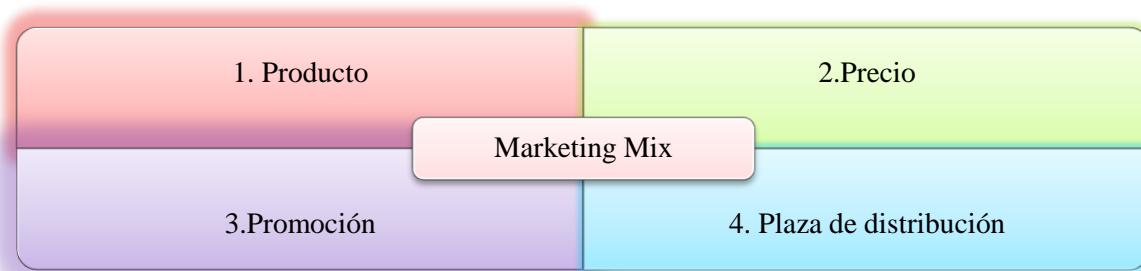


Ilustración 2-5: Marketing Mix

Realizado por: Romero, L. 2023.

2.2.5.1. Comercialización

La comercialización es considerada un manual de iniciativa el cual sirve para conectar la oferta con el mercado y el comportamiento de los demandantes con el manejo de forma directa o indirecta por medio de la distribución de bienes o servicios (Blanco, 2018).

2.2.5.2. Precio

El precio es estimación cuantitativa que se tiene de un producto y que, en términos monetarios, expresa la aceptación del consumidor hacia los atributos y la capacidad para satisfacer necesidades de este producto (Infoautonomos, 2022).

2.2.5.3. Canales de distribución

Los canales de distribución son medios que la empresa utiliza para hacer llegar el producto o servicio a las manos del consumidor final para ahorrar costos, aumentar la satisfacción del cliente y aumentar las posibilidades de éxito a largo plazo (Zendesk, 2022)

- **Canal Directo:** En este canal la empresa omite a los intermediarios en este proceso, es decir la empresa vende directamente al cliente final.

Empresa ↔ Consumidor

Este tipo de canal es muy común en las personas dedicadas a la producción y comercialización de los productos o servicios, es decir su 40% de las personas venden de manera directa el producto al consumidor final y de esa manera pueden tener control de su producto en cuanto al precio.

- **Canal Indirecto:** En este proceso de canal intervienen los intermediarios para efectuar las ventas, es decir la empresa a través de sus agentes hacen la entrega del producto al consumidor final, este canal se puede dividir en dos (Zendesk, 2022).
- **Canal Indirecto Corto:** En este canal indirecto corto el número de intermediarios es mínimo; generalmente existe un intermediario minorista. Entonces, el fabricante vende al minorista y éste vende al cliente final.

Empresa ↔ Minorista ↔ Consumidor final

- **Canal Indirecto Largo:** En el canal indirecto a largo plazo existen dos o más agentes por lo menos un mayorista y un minorista con el fin de hacer llegar el producto o servicio al consumidor final.

Empresa ↔ Mayorista ↔ Minorista ↔ Consumidor final.

2.2.6. Estudio legal

El estudio legal se complementa a través del Régimen tributario que tiene una empresa, su Manual de Funciones, Reglamento actual del país normativa vigente a la cual están atados para realizar todos los servicios y procedimientos dentro de la Ley de Economía Popular y Solidaria y de esa manera no tener problemas en lo posterior, para lo cuál se basa en los siguientes documentos (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022, pág. 9).

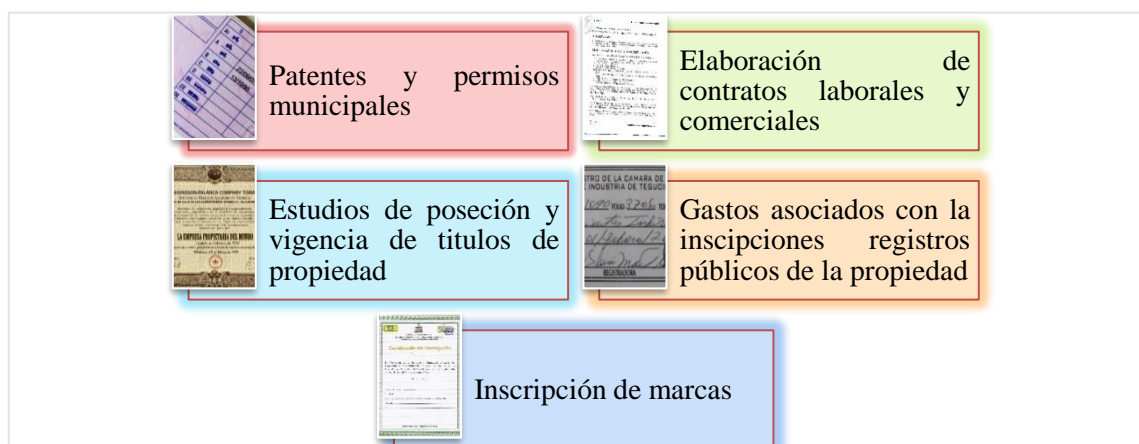


Ilustración 2-6: Estudio Legal

Realizado por: Romero, L. 2023.

2.2.7. Estudio administrativo

En el estudio Administrativo es donde se desarrolla toda la filosofía de la empresa, ubicando una estructura jerárquica mediante la mano de obra directa e indirecta que se necesite, todos estos parámetros deben ser cumplidos por medio de la misión y visión de la empresa (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022).

2.2.7.1. Organigrama

Ahora bien (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022). afirma que: el organigrama “Muestra el nivel de los procesos según el nivel de jerarquía que se presentan dentro de la empresa”

2.2.7.2. Misión

La misión es la actividad económica mediante procesos y ajustes que necesita para poder satisfacer las necesidades de los clientes en medio de un mercado tan exigente el cual se desarrolla por medio de estrategias buscando ser único por medio del valor agregado que identifique a la empresa (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022, pág. 14).

2.2.7.3. Visión

Pero (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022). “La visión busca cumplir el objetivo a largo plazo mediante la satisfacción de los clientes esto se puede medir por medio de las estrategias cumplidas según la empresa planeo llegar a ser”

2.2.7.4. Valores institucionales

Citado de (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022). menciona que: “Se comprende como la identificación y compromiso que tiene una empresa frente a su clientela es considerada su carta de presentación que utilizan para llegar a cumplir su objetivo institucional”

2.2.7.5. Políticas

Son Normativas o reglas que posee una empresa la cual se debe cumplir al pie de la letra para así poder cumplir sus metas por medio de disposiciones escritas de manera jerárquica incluyendo los 17 departamentos (Blanco, 2018).

2.2.8. Estudio técnico

El estudio técnico está relacionado con tres aspectos básicos: tamaño, localización e ingeniería; requiere de la participación de equipos interdisciplinarios que aportan desde distintas perspectivas según el tipo de proyecto con información y experticia profesional para la adecuada sistematización de insumos, procesos, y productos (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022, pág. 80).

2.2.8.1. Proceso productivo

(Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022, pág. 94). manifiesta que el proyecto corresponde describir el proceso de producción que se debe de realizar en la institución a través del flujograma que ayudan a gráfica en forma estandarizada las fases dentro de la institución.

2.2.8.2. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se refiere a las dimensiones físicas de las instalaciones e infraestructura, es decir a la capacidad que deberá instalarse satisfactoriamente a la demanda del mercado de producción de bienes o servicios durante un cierto periodo de tiempo, mediante el empleo normal de los factores de producción (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022, pág. 81).

En el mundo empresarial el tamaño de las empresas se clasifica en micro, pequeña, mediana y una macro no existe una definición claro del porque se clasifican así, pero se puede tener en cuenta las ventas, el patrimonio y el número de trabajadores. La Unión Europea dice que: (Bracho, 2014)

Tabla 2-1: Tamaño del Proyecto

Clasificación	Número de Trabajadores	Volumen de Ventas	Total, de Activo
Microempresa	Hasta 10	Menor a 2.000.000	Menor a 2.000.000
Pequeña	Hasta 50	Menor a 10.000.000	Menor a 10.000.000
Mediana	Hasta 250	Menor a 50.000.000	Menor a 43.000.000
Grande	Más de 250	Mayor a 50.000.000	Mayor a 43.000.000

Fuente: (Bracho, 2014)

Realizado por: Viteri V. 2021.

2.2.8.3. Ingeniería del proyecto

En mención a la ingeniería (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022). indica que: “Es la selección de procesos de producción en conjunto con el diseño del bien o servicio con favor de la tecnología interpretado por medio de flujogramas incluyendo la mano de obra y material

2.2.8.4. *Localización*

El estudio del proyecto debe definir claramente cuál será la mejor localización posible para la unidad de producción. En tal sentido, la localización óptima será aquella que permita obtener una máxima producción, maximizando los beneficios y reduciendo al mínimo (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022, pág. 90).

2.2.8.5. *Macro-localización*

Sin embargo (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022). nos dice que consiste en evaluar la zona, región, provincia o área geográfica en la que se deberá ubicar el proyecto, tratando de reducir los costos totales de transporte. Los principales factores en la macro localización son

- Cercanía a los principales centros de ubicación de los consumidores.
- Disponibilidad y características de la materia prima.
- Disponibilidad y características de la mano de obra.
- Disponibilidad de servicios básicos.
- Interés de aprovechar ciertos estímulos fiscales (zonas francas).
- Interés de un grupo de inversionistas o del gobierno en promover el desarrollo de cierta región.

2.2.8.6. *Macro-localización*

Mientras que (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022), dice que es el punto preciso para la ubicación del proyecto. Los factores generales e indispensables para la micro localización son las siguientes

- Infraestructura socioeconomica: Corresponden específicamente a la ciudad considerada.
- Infraestructura de servicio: Estas características corresponden a los terrenos localizados

2.2.9. *Evaluación económico y financiero*

Según (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafla, 2022), indica que: “El estudio económico se realiza como el pilar fundamental donde se detalla toda inversión y es medida de manera económica siempre y cuando se tengan los recursos reales para a lo posterior evitar números.

2.2.9.1. *Inversión*

Son todas las acciones pendientes a la ejecución física del proyecto o programa tal como fue especificado en la pre-inversión, a fin de concretar los beneficios netos estimados en la misa.

Principalmente la fase de inversión se refiere a la consecución de los diferentes recursos (materiales, económicos, técnicos y tecnológicos) y el talento humano, para la operación y puesta, marcha del proyecto (Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafra, 2022, pág. 43).

2.2.9.2. *Ingresos*

Son incrementos en los activos o disminuciones en los pasivos que dan lugar a incrementos en el patrimonio, distintos de los relacionados con aportaciones de los tenedores de derechos sobre el patrimonio (Dávila, Catillo, & Mejía, 2021).

Se conoce como ingreso a todas las entradas o ganancias que se genera por la producción y comercialización de la venta de bienes, prestación de servicios aportando al patrimonio neto siendo parte de los pasivos

2.2.9.3. *Costos fijos y variables*

- **Costos Fijos:** Son aquellos que no se ven afectados por los cambios en el nivel de producción, normalmente permanecen constantes, independiente de cualquier variable. Entre ellos están el arrendamiento, el salario, el impuesto predial (Gamboa & Jiménez, 2023, pág. 26).

Los costos fijos son aquellos pagos imprescindibles que debe hacer la empresa periódicamente para que siga funcionando.

- **Costos Variables:** Son aquellas que dependen del nivel de producción, es decir, son dependientes normalmente del vaivén del mayor nivel de producción o ventas. Entre estos tenemos la materia prima directa e indirecta, la mano de obra directa, las comisiones en ventas, los servicios públicos y la depreciación en la medida en que se use un método diferente al de línea recta, tal como la depreciación basada en unidades o en horas de producción (Gamboa & Jiménez, 2023, pág. 27).

De acuerdo con la definición se entiende que los costos variables son pagos que dependen directamente con el nivel de productividad de la empresa

2.2.9.4. *Egresos*

Son disminuciones en los activos o incrementos en los pasivos que dan lugar a disminuciones en el patrimonio, distintos de los

Los egresos son las salidas de dinero que se debe pagar por la compra de un producto, un bien o servicio en función del correcto desarrollo de la empresa, lo cual se convierte en una inversión tangible (Dávila, Catillo, & Mejía, 2021).

2.2.9.5. *Gastos de administración*

Son desembolsos que se debe realizar a los colaboradores de un departamento específico que es de administración, quienes son los encargados de proyectar, organizar, direccionar, controlar y valorar las actividades económicas de la empresa, este departamento no tiene relación directa con el proceso de producción (Chiliquina & Vallejos , 2017).

2.2.9.6. *Gastos financieros*

Son desembolsos que se debe realizar a terceras personas con la finalidad de iniciar su actividad económica para ello acude a entidades financieras, estos gastos se generan por comisiones e intereses del préstamo (Chiliquina & Vallejos , 2017).

Los gastos financieros son pagos de los intereses de los préstamos adquiridos en bancos o cooperativas financieras ya sea para iniciar el negocio o durante la vida de la empresa, la cual adquirió ese tipo de créditos (Bravo, 2011).

2.2.9.7. *Gastos de ventas*

Son gastos generados por el departamento de ventas que la empresa debe cubrir por lo general son variables ya que depende del volumen de ventas que se tenga, estos gastos pueden ser por promoción, publicidad y desarrollo de las ventas (Chiliquina & Vallejos , 2017).

2.2.9.8. *Punto de equilibrio*

El punto de equilibrio es el nivel de ventas que iguala a los ingresos de una empresa con sus gastos fijos y variables. En otras palabras, es el momento en el que no existen pérdidas ni ganancias. Un negocio alcanza su punto de equilibrio cuando vende lo mismo que gasta (Butler, 2023).

2.2.9.9. *Valor Actual Neto*

Es un indicador financiero donde las empresas recurran a esta variable las empresas recurran a esta variable cuando quieren homogeneizar los flujos de caja neta. Es decir, si el beneficio neto de un negocio es el adecuado o si se están teniendo pérdidas (Pérez, 2022).

Para la toma de decisiones sobre el VAN tenemos las siguientes condiciones que debe cumplir:

- VAN es > 0 el proyecto es rentable
- VAN es $= 0$ el proyecto sigue siendo rentable
- VAN es < 0 el proyecto ya no rentable

2.2.9.10. *Tasa Interna de Retorno*

Se usa para saber si un negocio es o no rentable. El problema es que el resultado al aplicar esta fórmula no se puede comparar con los resultados de otros proyectos, porque en la rentabilidad influyen otras variables (Pérez, 2022).

2.2.9.11. *Periodo de Recuperación de Inversión*

El periodo de recuperación de la inversión es un criterio para valorar inversiones que queda definido como el periodo de tiempo que se requiere para recuperar el capital invertido en la fase inicial de un proyecto (Montero, 2023).

2.2.9.12. *Razón Beneficio Costo*

Representa la relación global entre los costos y beneficios durante un período determinado. En esencia, se trata del beneficio propuesto total en efectivo dividido por los costos totales propuestos en efectivo (MacNeil, 2022).

2.3. Macro Conceptual

Se conceptualizan diferentes términos considerados como indicadores

2.3.1. *Calidad*

Según (Prado & Pascual, 2019), afirma que: “Se identifica como el grupo de características de un producto los cuales son de mejoras día tras día para complacer y adaptarse a las necesidades de la población y sociedad

2.3.2. *Precio justo*

Es el reconocimiento monetario en a la adquisición de un bien o servicio para satisfacer la necesidad, se representa como el valor en dinero que se entrega al productor o comerciante por su mercadería y este valor es considerado dentro de la normativa de la ley (Cendejas-Bueno, 2022).

2.3.3. *Cebada*

La cebada es un ingrediente muy conocido por su empleo en la elaboración de bebidas, como la cerveza, el whisky o siropes para edulcorar y habitual en algunos países, donde se usa para cocinar un gran número de platos (Pintor, 2023).

2.4. Idea para defender

Desarrollar un proyecto de factibilidad mediante un estudio técnico y de mercado para la creación de un centro de acopio para la industrialización y comercialización de cebada en la Parroquia Tixán en la Provincia de Chimborazo.

2.4.1. *Variable Independiente*

Proyecto de factibilidad

2.4.2. *Variable dependiente*

Rentabilidad

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

3.1.1. *Enfoque cuantitativo*

En el presente trabajo de investigación se aplicará el enfoque cuantitativo para la recolección de datos estadísticos para su pertinente diagnóstico, porque se proyectará a la búsqueda de una solución del problema de la comercialización de la cebada que producen los agricultores en la parroquia Tixán, a través de un análisis sabremos qué tan factible será la creación de un centro de acopio.

3.1.2. *Enfoque cualitativo*

Se aplicó el enfoque cualitativo para la realización de la encuesta a los agricultores ya que el objetivo de la presente investigación es generar nuevos canales de comercialización de cebada para lograr mejorar las condiciones de vida de los productores y a través del diagnóstico sabremos que acogida tendrá el centro de acopio en la parroquia

3.2. Alcance

A través de este desarrollo estructural nos servirá de soporte para saber la población de interés para la investigación y muestra de la cual se obtienen la información necesaria y contemplar los recursos disponibles para recolectar los datos procurando que este proceso sea viable y posible de ejecutar

3.3. Tipo de investigación

3.3.1. *Descriptivo*

Se aplicó este tipo de investigación dado que es de gran ayuda por lo que se limita a medir ciertas características o distribución de un fenómeno dentro de la población de estudio de la parroquia Tixán, Provincia de Chimborazo, para aludir cuales serían los beneficios que traería la creación de un centro de acopio y comercialización

3.3.2. *Exploratorio*

Mediante este nivel de investigación se logró conocer las necesidades de los agricultores ya que de esta manera se conseguirá la información necesaria a través de los procesos cuantitativos y cualitativos para así saber si es rentable ejecutar un centro de acopio para la cebada en la parroquia Tixán.

3.4. Diseño de investigación

3.4.1. *No experimental*

La investigación no experimental se centra en una estructura fundamental la cual consiste en que las variables no pueden ser manipuladas por los investigadores ya que se observa los acontecimientos en su forma natural para realizar un análisis posteriormente

Se trabajo con un diseño de investigación experimental porque parte de la importancia de estructurar un Proyecto de Factibilidad para la creación de un centro de acopio para la cebada en la parroquia Tixán, para ello identificaremos a los implicados a quienes se les aplicará encuesta que exclusivamente está dirigido a los agricultores de cebada con la finalidad de obtener la información pertinente y concreta para el desarrollo del proyecto de factibilidad.

3.5. Tipo de estudio

3.5.1. *Campo*

En este caso la investigación se realizó en el mismo lugar de los hechos por cuanto se conoció los procesos y las actividades que se realizan directamente en el centro de acopio en la parroquia Tixán, con el apoyo de los agricultores así podremos identificar los problemas relacionados con la comercialización de la cebada

3.5.2. *Documental*

Para la realización de la investigación se basa en informaciones de libros, internet, revistas, etc. con la finalidad de recopilar, seleccionar e interpretar la información para así construir nuevos conocimientos

Mediante esta investigación recopilamos la información y conocimiento útil requerido, para el desarrollo del proyecto de factibilidad referente a la creación de un centro de acopio, misma que se basará en libros, artículos, internet y otras publicaciones especializadas

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

3.6.1.1. Método deductivo

La modalidad deductiva es aquel que va de lo general a lo particular, del todo de sus partes Este método deductivo nos ayudara a identificar aspectos generales de la parroquia para lograr buscar soluciones para cada uno de los productores, esto implica que se identifique en un ámbito total el problema que tiene todos los agricultores de la zona en cuanto a la comercialización de sus productos a bajos precios, para así llegar a determinar situaciones particulares en procura de buscar alternativas que conlleven a mejorar la comercialización de la cebada

3.6.1.2. Método inductivo

Son aquellos hechos y casos particulares para llegar a la ley general.

Se lo aplicará para identificar aspectos particulares, en este caso los productores de cebada de la parroquia Tixán quienes han sufrido por mucho tiempo problemas respecto al precio de venta de su producto, con la finalidad de llegar a generalizar la realidad de todos los productores de la zona para así buscar nuevos canales de comercialización a través del proyecto de factibilidad

3.6.2. Técnicas

3.6.2.1. Encuesta

Mediante esta investigación se realizará la encuesta a los productores y consumidores para la recolección de información relevante con la finalidad de establecer cuál es la viabilidad de la creación de un centro de acopio en la parroquia Tixán para la comercialización

3.6.2.2. *Entrevista*

Se utilizará para solventar dudas las mismas que aportaron al presente trabajo de investigación, esta técnica estará dirigida al presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de Tixán.

3.7. Instrumentos

3.7.1.1. *Test o cuestionario*

Para la aplicación de la encuesta se organizará una lista de preguntas de tipo cerrado y abiertas con la finalidad de identificar el nivel de aceptación de crear un centro de acopio en la parroquia Tixán para la comercialización de cebada.

3.8. Población y muestra

3.8.1. Población

Para la elaboración de la presente investigación se logró identificar la población de la parroquia Tixán y según el INEC (2019) nos menciona que está compuesto por un total de 12 486 colaboradores para lo cual, se toma como referencia a los propietarios de los molinos, bodegas y comerciantes de la cebada pertenecientes al cantón Alausí la cual se aplicará 50 encuestas.

3.8.2. Planificación

En la planificación se busca plantear esquemas y pasos a desarrollarse en tiempos establecidos en medio de esta investigación se pudo iniciar por medio de la indagación de la población de la parroquia Tixán y en si ubicar la población de agricultores son las personas pilares para poder crear el centro de acopio para lo posterior iniciar el desarrollo del proyecto de factibilidad.

3.8.3. Selección

La selección se procedió por la ubicación y el producto estrella catalogado en la parroquia ya que por medio del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial rural de Tixán (2019). Se identificó que existen a nivel parroquial existen 4708 agricultores de cebada representando el 87.16% de la población en general, pero por motivos de ubicación se determinó el método de muestreo por conglomerados

dado por las ubicaciones geográficas tomando en consideración a 100 agricultores como muestra para la aplicación de encuestas siendo la base del análisis en general.

3.8.4. *Cálculo de tamaño de la muestra*

Por consiguiente el presente proyecto se trabajó en dos áreas que son los productores de la cebada propietarios de molinos y dueños de las bodegas por ende se tomara el muestreo por conglomerados a 50 propietarios de 3 molinos, 9 bodegas y 38 comerciantes para la aplicación de las encuestas a nivel del cantón Alausí de este modo enfocarnos en el mercado objetivo a nivel de la provincia de Chimborazo para poder determinar la demanda posible que exista este punto se lo determinara en el componente del estudio de mercado mediante la demanda y oferta creando así una demanda insatisfecha. Para aplicar las encuestas a los productores de cebada se realiza por medio del muestreo por conglomerados y se realizara a 100 productores de cebada debido a que la situación geográfica era imposible acudir a los distintos puntos de la parroquia Tixán.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES DE CEBADA DE LA PARROQUIA TIXÁN, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

4.1. Análisis e Interpretación de Resultados de los Agricultores de la Cebada

Objetivo: Conocer el grado de aceptación que tendrá la creación de un centro de Acopio en la parroquia Tixán para los agricultores

Género

Tabla 4-1: Género

Escala	Cantidad	Porcentaje
Masculino	47	47%
Femenino	53	53%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

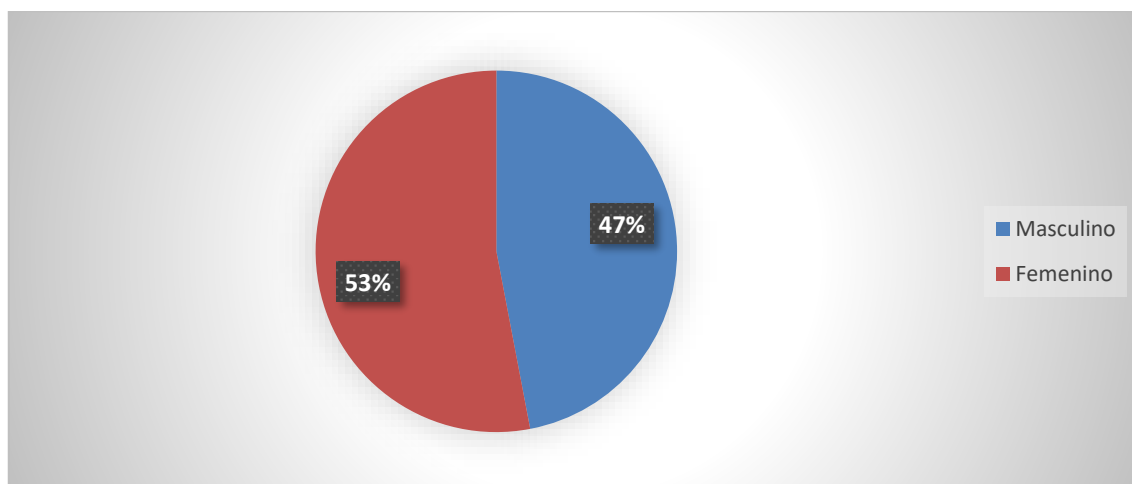


Ilustración 4-1: Género

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Al aplicar las encuestas a los agricultores de la parroquia Tixán se puede identificar que las personas que se dedican más a la agricultura de la cosecha de cebada son las mujeres representado un 53% y los hombres representando un 47% dando un 100% de la totalidad de los agricultores.

Edad

Tabla 4-2: Edad

Escala	Cantidad	Porcentaje
18-30 años	25	25%
31-45 años	41	41%
46-56 años	16	16%
57 años a más	18	18%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

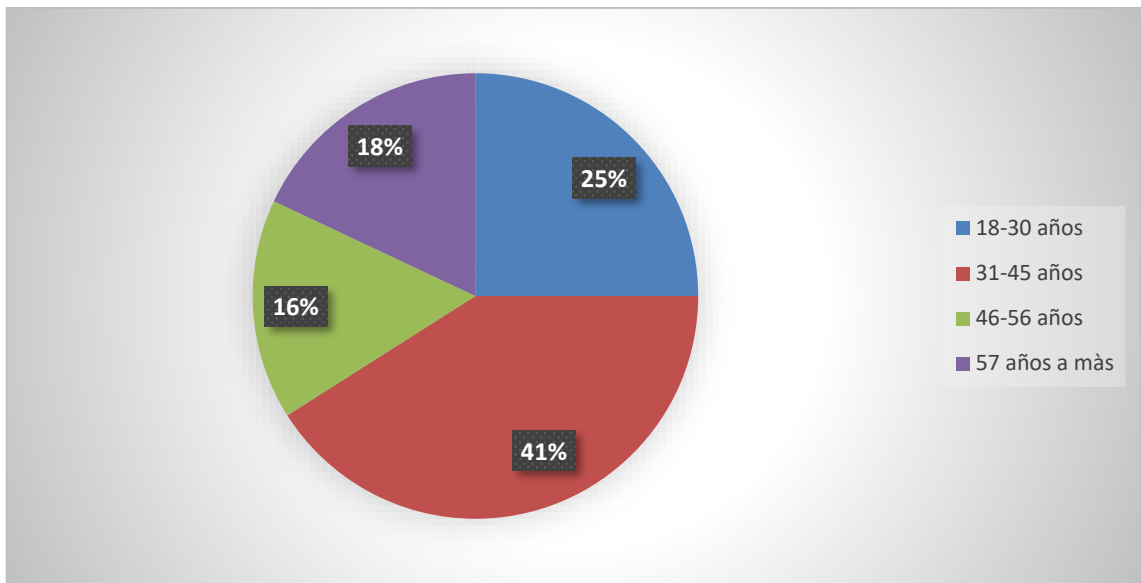


Ilustración 4-2: Edad

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Respecto a la respuesta mencionadas por parte de los productores se puede mencionar que hay personas que tienen diferentes edades por ende son las mismas personas que se dedican a la agricultura y cosecha de cebada se encuentran en un 41% las personas que tienen 31 a 45 años, 25% en edad de 18 a 30 años, 18% en la edad de 57 años a más, y el 16% representan las personas que tiene 46 a 56 años.

Pregunta 1.- ¿Qué superficie de terreno dispone usted para la siembra de cebada?

Tabla 4-3: Superficie de terreno

Escala	Cantidad	Porcentaje
De 1-2	57	57%
De 2-3	24	24%
De 3-4	8	8%
Más de 4	11	11%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

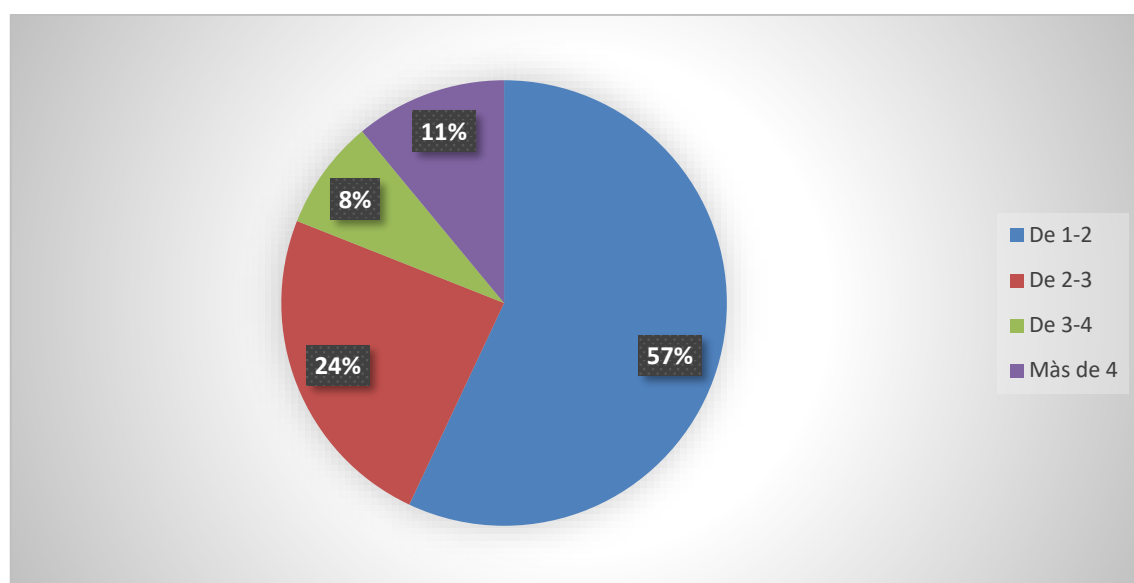


Ilustración 4-3: Superficie de terreno

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: En cuanto a la presente información se puede evidenciar que el 57% de productores utiliza de 1 a 2 hectáreas para la cosecha de cebada; el 24% posee de 2 a 3 hectáreas y el 11% posee más de 4 hectáreas los productores que poseen terrenos agrupados o familiares para poder generar la siembra y el 8% indica que los agricultores poseen de 3 a 4 hectáreas. Dados estos resultados, podemos ver que la mayoría de los agricultores poseen una parte de terreno de 1 a 2 hectáreas.

Interpretación: En base a los resultados obtenidos se utilizará para el estudio de mercado para determinar cuál es su oferta al momento de cultivar cebada en sus propias hectáreas para que puedan convertirse a quintales.

Pregunta 2.- ¿Cuántos quintales de cebada obtiene usted en una cosecha?

Tabla 4-4: Producción de cebada

Escala	Cantidad	Porcentaje
De 1-30 qq	63	63%
De 30-60 qq	33	33%
De 60-90 qq	3	3%
Más de 90 qq	1	1%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

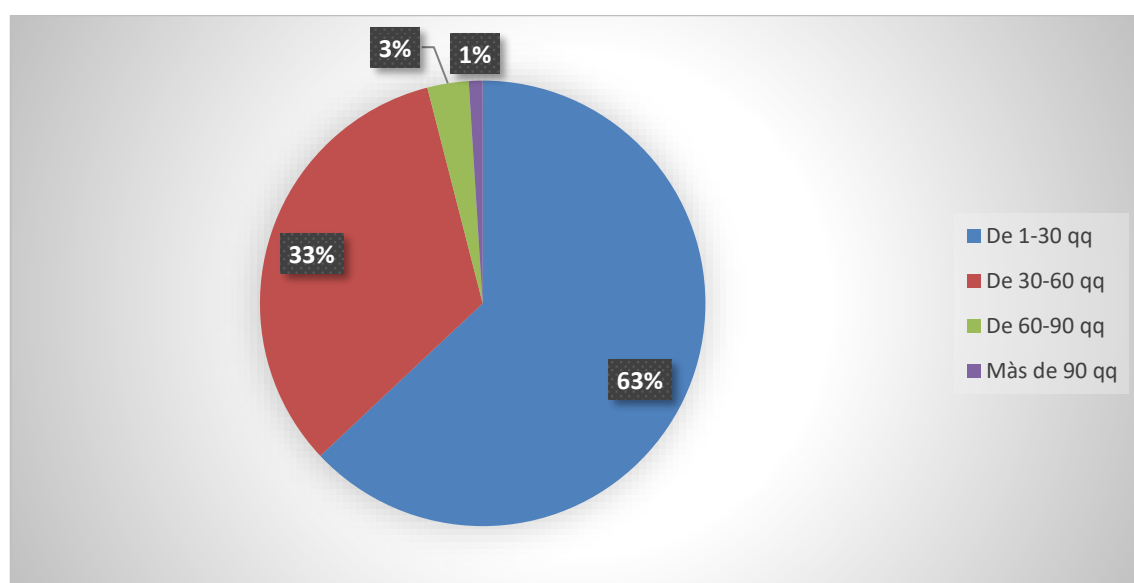


Ilustración 4-4: Producción de cebada

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Respecto a la pregunta podemos decir que el 63% de agricultores producen en la siembra de 1 a 30 quintales de cebada que está destinado para la venta, el 33% producen de 30 a 60 quintales en la cosecha para entregar en un centro de acopio o intermediarios; el 3% de su producción es de 60 a 90 quintales, y el 1% más de 90 quintales esto puede variar según las estaciones climáticas que se vayan presentando y de los agricultores.

Interpretación: A través de estos resultados estadísticos se determina la oferta que podrá tener el centro de acopio de cebada indicando que en el estudio de mercado cuantos quintales puede poseer semanalmente y para lo posterior extenderlo y proyectarlo mediante un coeficiente de crecimiento del agricultor para poder indicar la oferta proyectada

Pregunta 3.- ¿La cosecha que usted adquiere de la producción de cebada para que lo destina?

Tabla 4-5: Destinación de cebada

Escala	Cantidad	Porcentaje
Venta	30	30%
Consumo	9	9%
Ventas y consumo	61	61%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

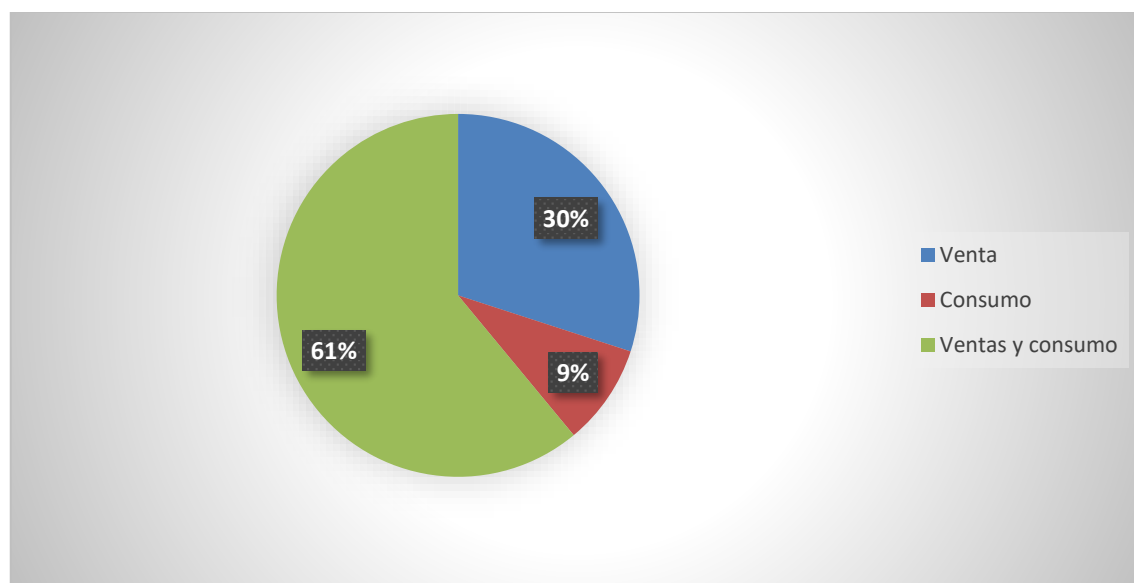


Ilustración 4-5: Destinación de cebada

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: El cultivo que adquieren de la producción de cebada los agricultores lo destinan para la venta y consumo en un 61%, este se vende al por mayor o menor para su comercialización; el 30% manifiesta que la producción de cebada lo utilizan para la venta esto es beneficioso para los productores dado a que movilizan la economía propia en el cantón y un 9% lo utilizan para el consumo propio.

Interpretación: Los datos obtenidos ayudarán a determinar el posible porcentaje de cebada que será entregado en el centro de acopio. A través de esta pregunta podemos analizar que existe un alto porcentaje de las ventas que son positivas para nuestro proyecto de modo que nos servirá para el estudio de mercado en la posible oferta sobre la posibilidad de crear un centro de acopio en la parroquia.

Pregunta 4.- ¿Cuántas veces al año usted cosecha la cebada?

Tabla 4-6: Tiempo del cultivo

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	0	0%
Trimestral	0	0%
Anual	100	100%
Otro	0	0%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

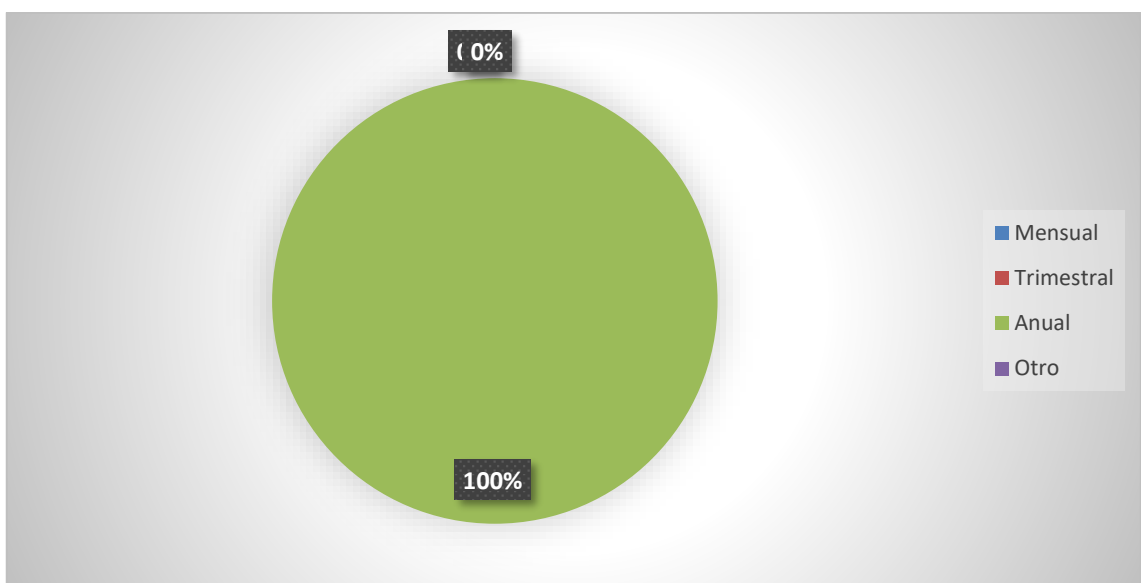


Ilustración 4-6: Tiempo de cultivo

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: De acuerdo con la ilustración podemos observar que el 100% de encuestados nos menciona que el tiempo de producción para el cultivo de cebada es muy extenso y que es de un año

Interpretación: Según las respuestas obtenidas por parte de los agricultores se pudo determinar que el ciclo de vida de la cebada es extenso por lo que su cosecha es cada año ya que es una de las que se siembran primero y tardan más tiempo en estar listo para la cosecha.

Pregunta 5.- ¿A qué lugares destina usted la cosecha de cebada para la venta?

Tabla 4-7: Venta de cebada

Escala	Cantidad	Porcentaje
Mercado Mayorista	4	4%
Ferias Populares	51	51%
Intermediarios	44	44%
Otro	1	1%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

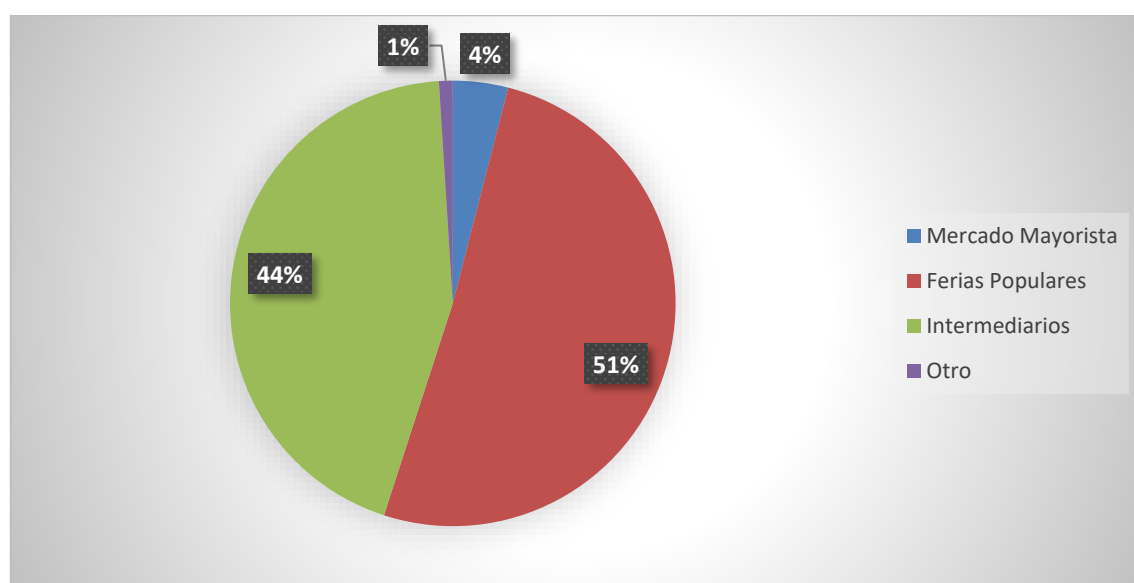


Ilustración 4-7: Venta de cebada

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: A través de los resultados obtenidos se determinó que; el 51% de su producción se vende en las Ferias Populares; el 44% es entregada a los intermediarios; el 4% se destina al Mercado Mayorista y el 1% a otros, destinos de este modo podemos identificar el nivel de competencia que existe al momento de vender la cebada.

Interpretación; Con los datos recolectados se puede analizar el escenario de competitividad que tendrá el centro de acopio dentro del mercado, de este modo se aplicará el estudio de mercado a través de Marketing Mix para poder ofrecer nuestro producto dentro del centro de acopio.

Pregunta 6.- ¿Cuál es el precio que le pagan por el quintal de cebada?

Tabla 4-8: Precio de venta

Escala	Cantidad	Porcentaje
De \$20-\$30	95	95%
De \$30-\$40	4	4%
De \$40-\$50	1	1%
Más de 50	0	0%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

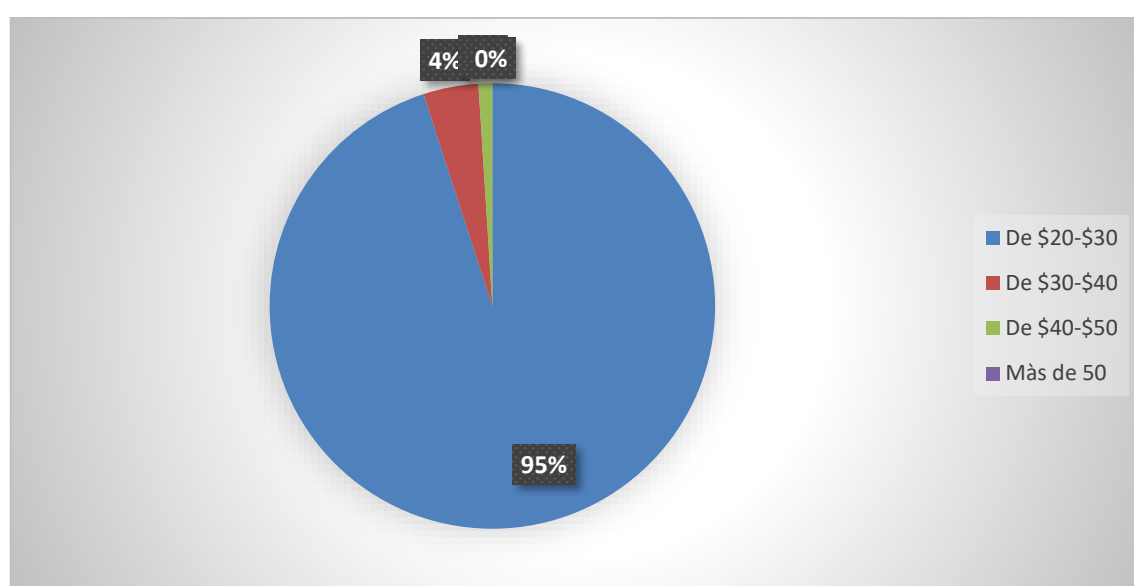


Ilustración 4-8: Precio de venta

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Según lo señalado por los agricultores se pudo determinar el precio de venta por quintal, donde nos manifiestan que el 95% de agricultores venden su producción en una escala de 20 a 30 dólares el quintal de cebada; el 4% venden en el rango de 30 a 40 dólares el quintal debido a que el precio del producto no es estable dado el incremento de los precios en otros productos.

Interpretación: Esta pregunta nos ayudará a identificar diferentes dificultades al momento de vender la producción porque sus precios no son estables dentro del mercado y por tal motivo no se puede establecer el precio que se va a comercializar dentro del centro de acopio.

Pregunta 7.- ¿Le gustaría que se creara un Centro de acopio de cebada en la parroquia?

Tabla 4-9: Creación de Centro de Acopio

Escala	Cantidad	Porcentaje
Si	100	100%
No		0%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

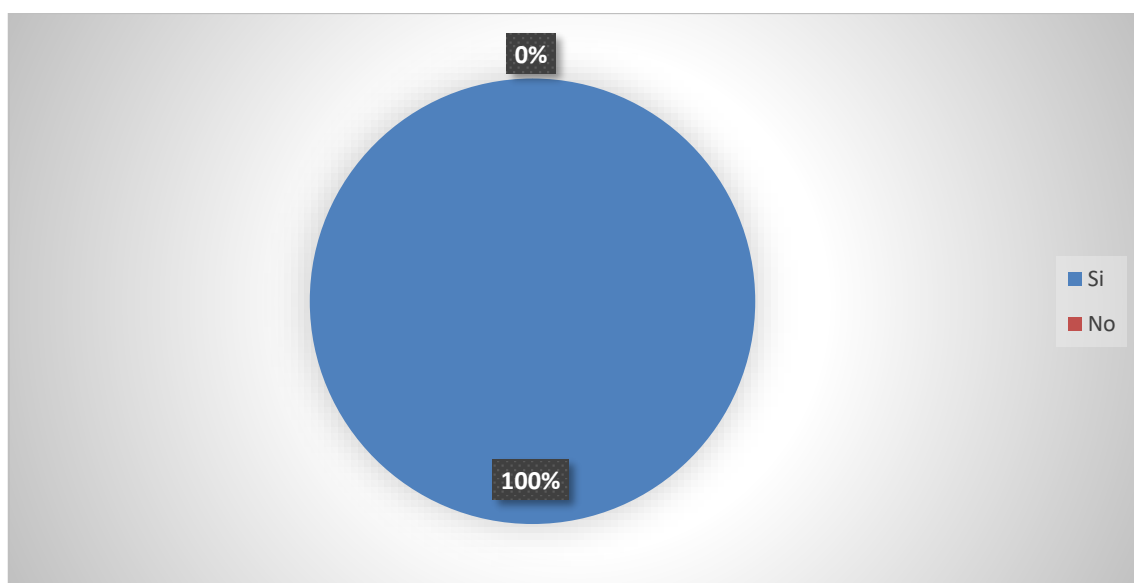


Ilustración 4-9: Creación de Centro de Acopio

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: El 100% de los encuestados nos mencionaron que, si les gustaría que se creara un centro de acopio en la parroquia, por el motivo que son marginados en las ferias al momento de ofertar su producto ya que no les pagan el precio justo del quintal de cebada, y no pagarían costos tan elevados al momento de llevar el producto al centro de acopio.

Interpretación: En vista de que los agricultores están de acuerdo que se creara el centro de acopio se identifica que sería de gran aporte para los habitantes de la parroquia o la sociedad y el movimiento de la economía local ya que de esa manera satisfacen sus necesidades al momento de vender el producto a un precio justo.

Pregunta 8.- ¿Cuántos quintales de cebada destinaria semanalmente usted para la venta al centro de acopio?

Tabla 4-10: Producción de cebada

Escala	Cantidad	Porcentaje
De 10-20 qq	89	89%
De 20-30 qq	10	10%
Más de 30 qq	1	1%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

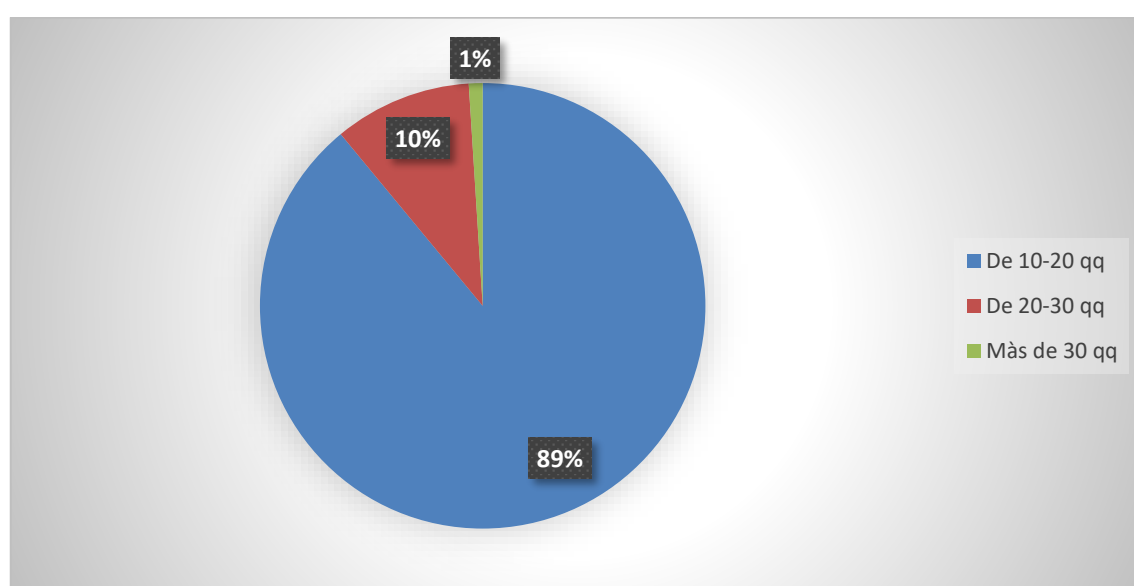


Ilustración 4-10: Producción de cebada

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Mediante la encuesta aplicada en la parroquia Tixán, el 89% de los productores nos dicen que destinarían su producción en una escala de 10 a 20 quintales semanalmente en el centro de acopio, el 10% de los productores entregarían de 20 a 30 quintales y el 1% más de 30 quintales de cebada esto puede variar según las estaciones climáticas.

Interpretación: Como resultado de los datos analizados se determina la oferta que podrá poseer el centro de acopio de cebada en la parroquia indicando en el estudio de mercado los quintales que pueden adquirir semanalmente y para lo posterior extenderlo y proyectarlo mediante un coeficiente de crecimiento del agricultor para poder indicar la oferta proyectada.

Pregunta 9.- ¿Por qué decidiría vender al centro de acopio su producción?

Tabla 4-11: Venta de cebada

Escala	Cantidad	Porcentaje
Precio Justo	84	49%
Facilidad de transporte	64	37%
Volumen de Entrega	9	5%
Venta	15	9%
TOTAL	172	137%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

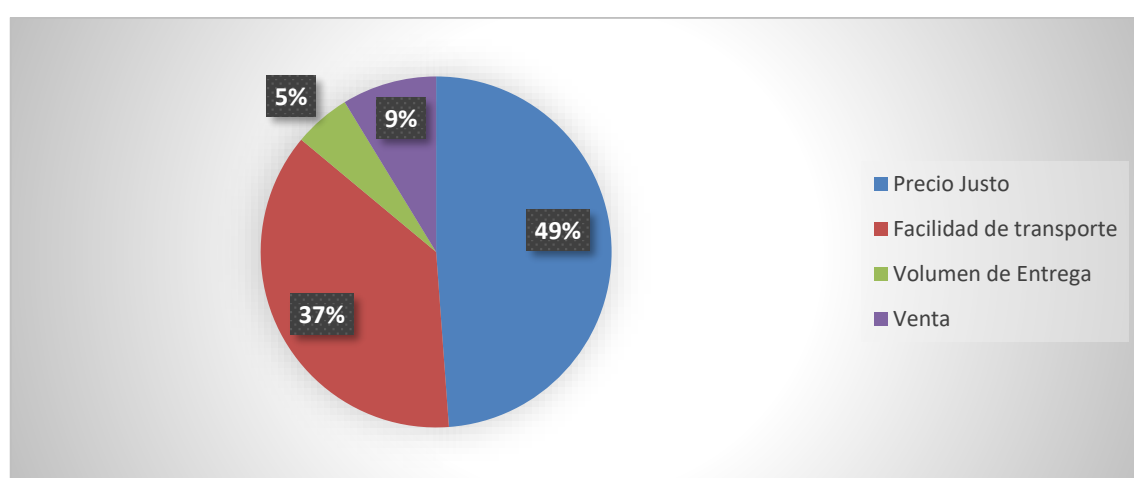


Ilustración 4-11: Venta de cebada

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Al analizar los datos obtenidos identificamos las diferentes razones por las cuales entregarían su producto al centro de acopio por lo que la mayoría de los agricultores nos dice que, el 49% entregarían su producto en el centro de acopio por lo que le pagarían a un precio justo, el 37% por la facilidad de transporte y de esa manera minimizar el tiempo y costos, el 9% se decidieron por su venta y el 5% se decidieron por su volumen de entrega que se llevara a cabo en el centro de acopio.

Interpretación: En base a los datos se puede decir que el productor busca facilidad de vender la cebada a un precio justo para ellos, según los servicios que se brindaría en el centro de acopio eligieron la facilidad de transporte debido a que no pagarían costos elevados al momento de transporta el producto de un lugar a otro, para el centro de acopio sería de gran beneficio por lo que puede obtener con facilidad la producción y la misma podrá ser transportada.

Pregunta 10.- ¿Cuál es el método de cobro que desearía usted?

Tabla 4-12: Método de Pago

Escala	Cantidad	Porcentaje
Efectivo	100	100%
Crédito	0	0%
Transferencia	0	0%
Depósito	0	0%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta realizada a los productores, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

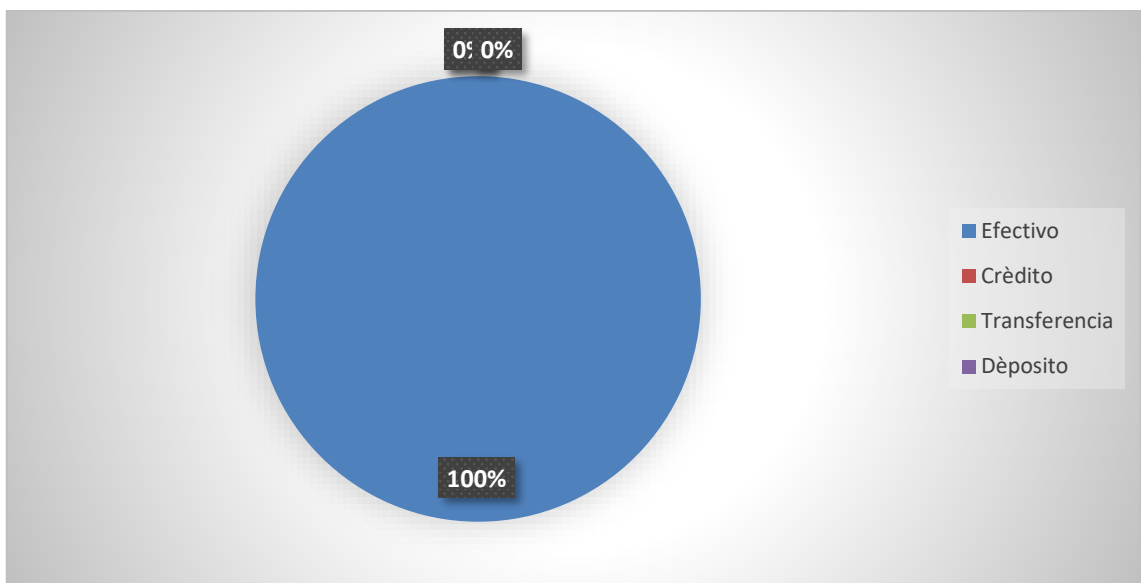


Ilustración 4-12: Método de Pago

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Los productores por lo general prefieren que les paguen en efectivo que representa el 100%, de su producto.

Interpretación: La información que se representa en esta pregunta según la ilustración es de vital importancia para el estudio financiero y económico el mismo que se determina cuál es la cantidad de producción y cuál será el método de pago que se llevará a en el centro de acopio que deba llevar para poder adquirir el producto

4.2. Análisis e Interpretación de Resultados de los Propietarios de Molinos, Bodegas y Comerciantes.

Objetivo: Conocer el grado de aceptación que tendrá la creación de un centro de Acopio en la parroquia Tixán para los posibles consumidores de cebada.

Género

Tabla 4-13: Género

Escala	Cantidad	Porcentaje
Masculino	29	58%
Femenino	21	42%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

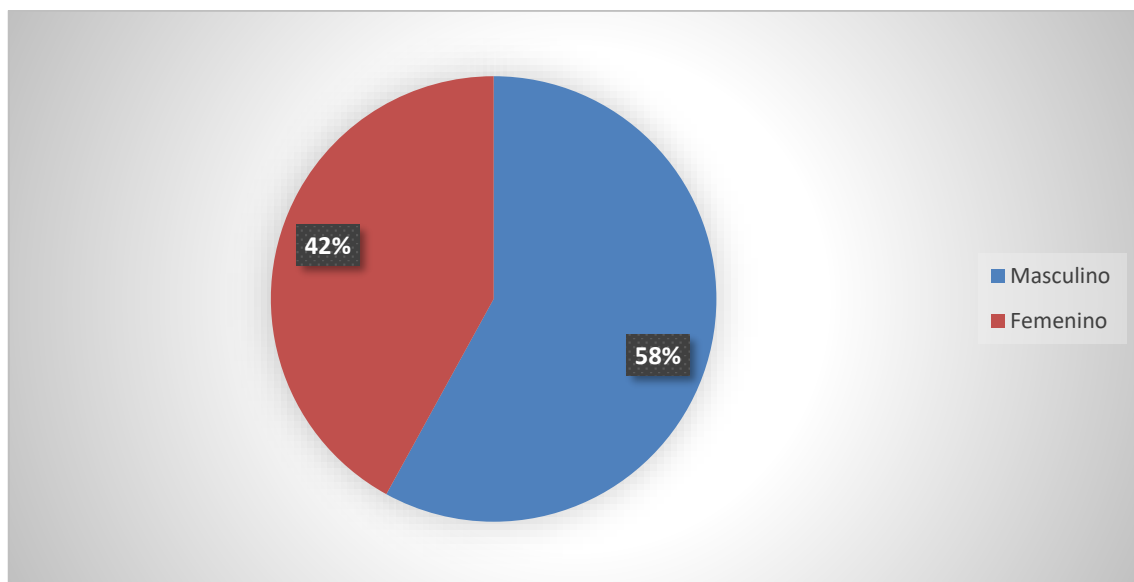


Ilustración 4-13: Género

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Al haber aplicado las encuestas a los propietarios de los molinos, bodegas y comerciantes podemos mencionar que el 58% son hombres y el 42% representa a mujeres dando un 100% de la totalidad la cual se dedican a la compra y venta de cebada.

Edad

Tabla 4-14: Edad

Escala	Cantidad	Porcentaje
20 a30 años	10	20%
31 a 45 años	17	34%
46 a56 años	12	24%
Más de 57 años	11	22%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

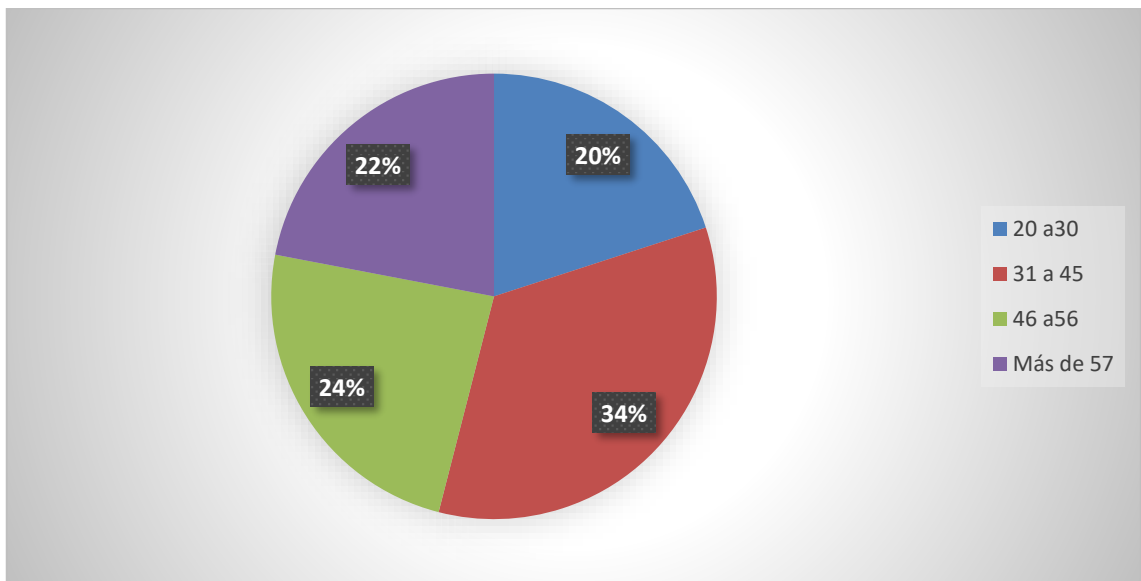


Ilustración 4-14: Edad

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Con respecto a la ilustración podemos observar que por parte de los propietarios de los molinos, bodegas y comerciantes de la parroquia Tixán y del cantón Alausí se hizo un análisis donde existe un 34 % de las personas que tienen 31 a 45 años, 24% en edad de 46 a 56 años, 22% en la edad de 57 años a más; y el 20% representan las personas que tienen 20 a 30 años, la cual ellos se dedican a la comercialización de la cebada.

Pregunta 1. ¿Conoce usted lo que es un Centro de Acopio?

Tabla 4-15: Centro de Acopio

Escala	Cantidad	Porcentaje
Si	47	94%
No	3	6%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

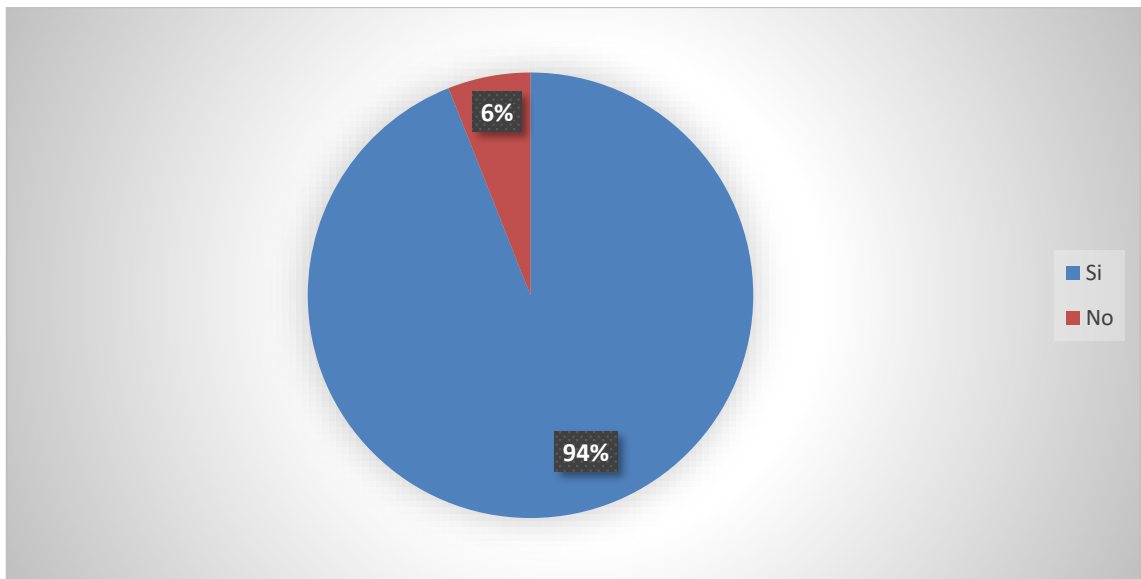


Ilustración 4-15: Centro de Acopio

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Como resultado obtenido en la parroquia de Tixán se determina que el 94% de los dueños de bodegas, molinos y comerciantes dieron a conocer que tienen conocimiento de lo que es un centro de acopio y el 6% no saben lo que es un centro de acopio, la cual es beneficioso para poder realizar el proyecto.

Interpretación: Por lo tanto, esta pregunta nos ayudará para su ubicación del centro de acopio de cebada que se llevará a cabo por medio de la ingeniería del proyecto.

Pregunta 2. ¿Estaría usted dispuesto a comprar cebada en un centro de acopio?

Tabla 4-16: Compra en el Centro de Acopio

Escala	Cantidad	Porcentaje
Si	42	84%
No	8	16%
TOTAL	50	1

Fuente: Encuesta realizada a los clientes, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

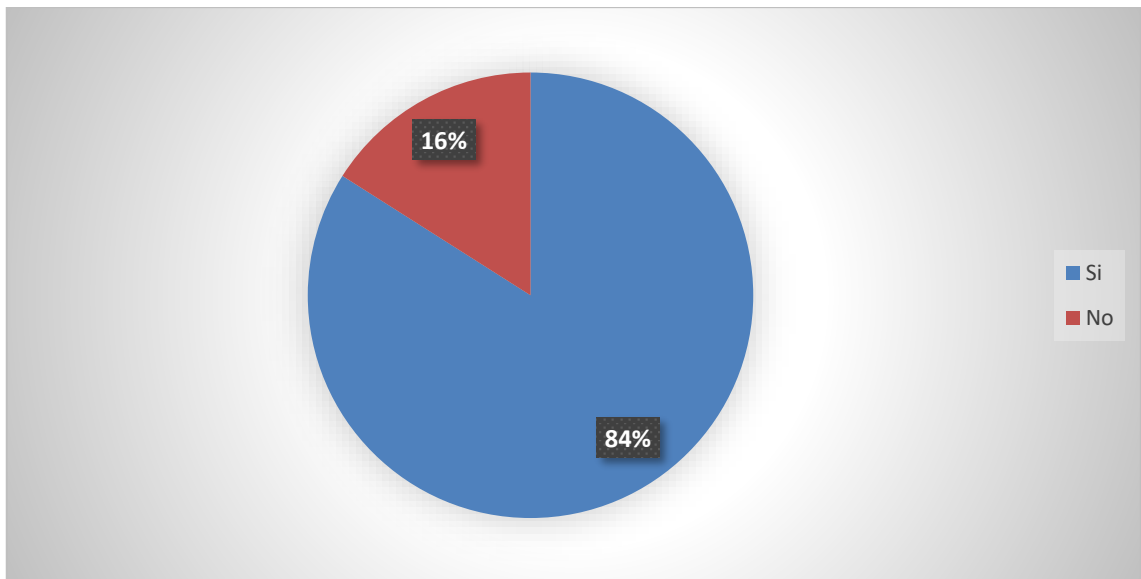


Ilustración 4-16: Compra en el centro de Acopio

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Tal y como se muestra en la ilustración los dueños de los molinos, bodegas y comerciantes nos manifestaron que estarían dispuestos a comprar en el centro de acopio que representa el 84% de los dueños y el 16% no están de acuerdo adquirir el producto.

Interpretación: En esta pregunta analizaremos su posible demanda y oferta que tendrá el centro de acopio para la cebada en la parroquia Tixán.

Pregunta 3. ¿Con que frecuencia compra usted cebada?

Tabla 4-17: Frecuencia de compra

Escala	Cantidad	Porcentaje
Diario	15	30%
Semanal	19	38%
Mensual	16	32%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

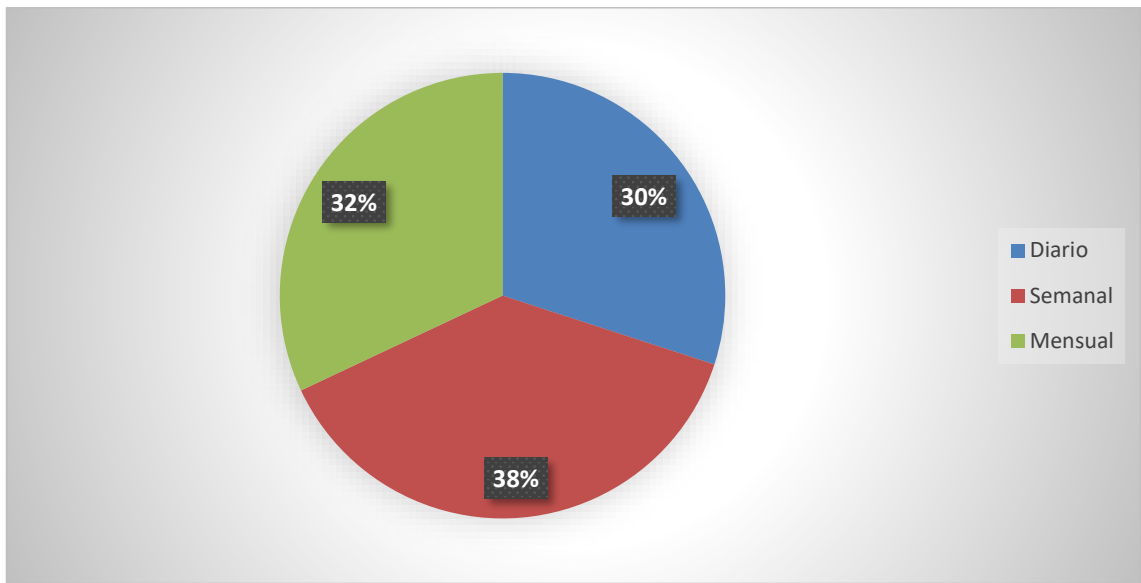


Ilustración 4-17: Frecuencia de compra

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: De acuerdo con las encuestas aplicadas se puede determinar con qué frecuencia compran la cebada los propietarios de las bodegas, molinos y comerciantes la cual el 38% de los dueños nos dice que la compra es a diario, el 32% adquieren cada semana el producto y el 30% de su producción adquieren mensualmente.

Interpretación: Esta pregunta nos sirvió para socializar la producción con la frecuencia que compran la cebada a los clientes y no interrumpa en nuestra producción en la industrialización.

Pregunta 4. ¿Al momento de adquirir la cebada en que características se fija usted? (seleccione una o más opciones)

Tabla 4-18: Características de la cebada

Esca	Cantidad	Porcentaje
Tipo	27	19%
Calidad	31	21%
Limpieza	24	17%
Presentación	21	14%
Precio	42	29%
TOTAL	145	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

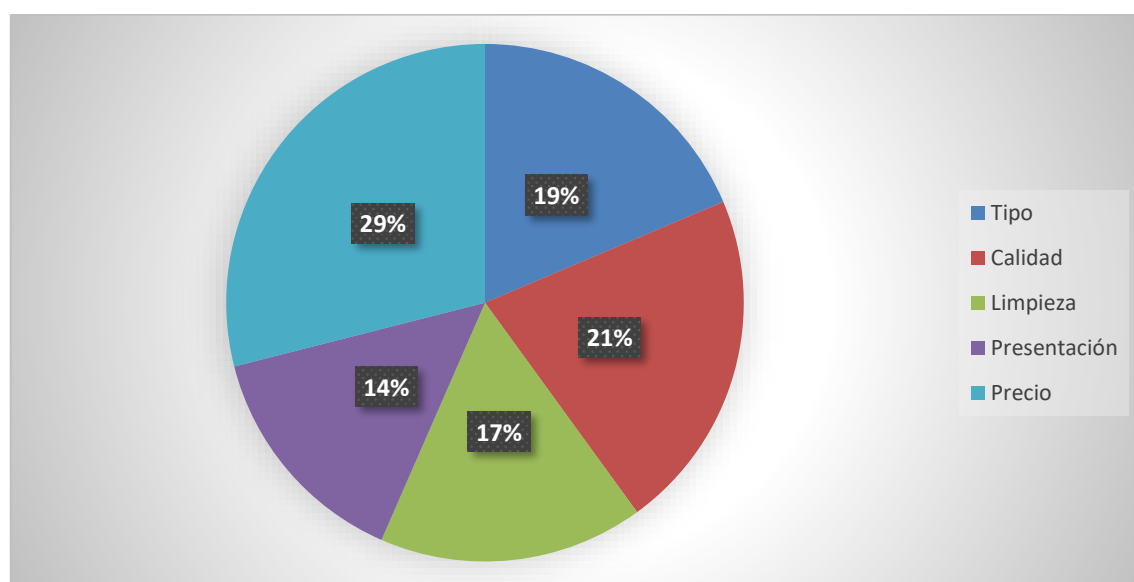


Ilustración 4-18: Características de la cebada

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Como resultado de ello analizamos su nivel de preferencia acerca de la cebada y se realizó la siguiente interpretación en la cual las respuestas fueron como se observa en la ilustración indicando que el 29% representa el precio, el 21% a la calidad el producto, 19% representa al tipo de cebada, el 17% representa a su limpieza y el 14 % a su presentación que es su total de todos los gustos y características que buscan los propietarios dentro del producto la cual se encuentra el tipo, calidad, limpieza, presentación y su precio.

Interpretación: Su nivel de preferencia nos indica sus principales características que el producto debe poseer al momento de ofertar, creando un vínculo de interés a los clientes por la compra en el centro de acopio de la parroquia Tixán.

Pregunta 5. ¿Cómo le gustaría a usted comprar la cebada?

Tabla 4-19: Preferencia de compra

Escala	Cantidad	Porcentaje
Quintal	45	90%
Kilos	5	10%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

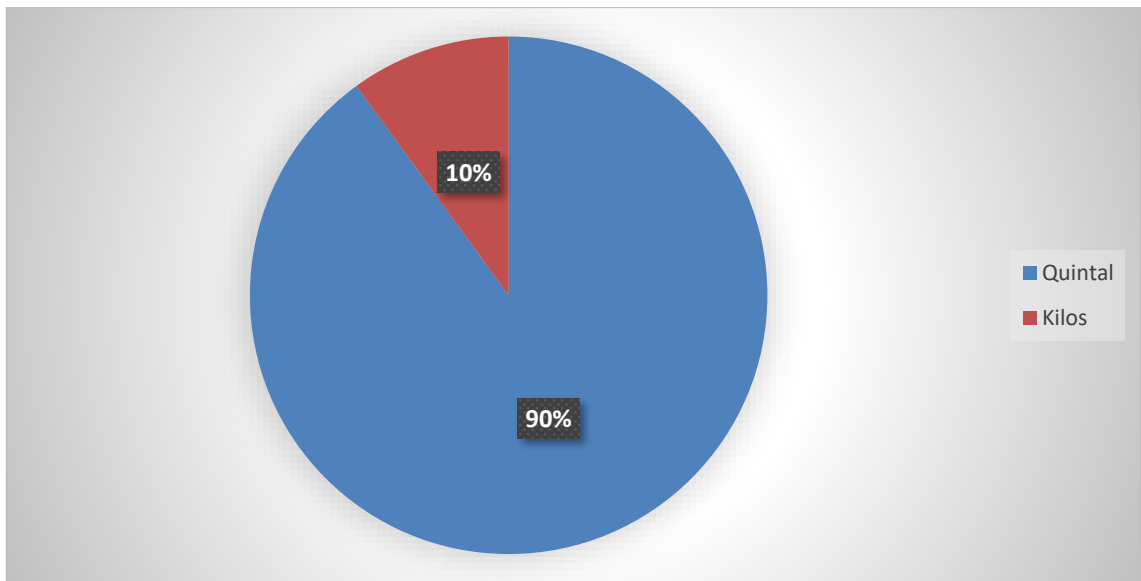


Ilustración 4-19: Preferencia de compra

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: La manera que los propietarios desean adquirir su producto es por quintal la cual representa el 90% a nivel del cantón y el 10% desean adquirir en kilos la cebada esto depende de la cantidad que desean moler o entregar en producto transformado.

Interpretación: Los propietarios nos manifiestan que desean comprar la cebada en quintales y kilos y respecto a la pregunta planteada nos menciona que es debido a que generan mejores recursos o ingresos por lo que venden al por mayor y menor, esto significa la demanda y presentación que se podría tener en el centro de acopio.

Pregunta 6. ¿Qué cantidad de cebada usted adquiere semanalmente?

Tabla 4-20: Cantidad de adquisición

Escala	Cantidad	Porcentaje
De 5 qq-10qq	16	32%
De 11 qq-20qq	13	26%
De 21 qq-30qq	10	20%
Más de 31qq	11	22%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

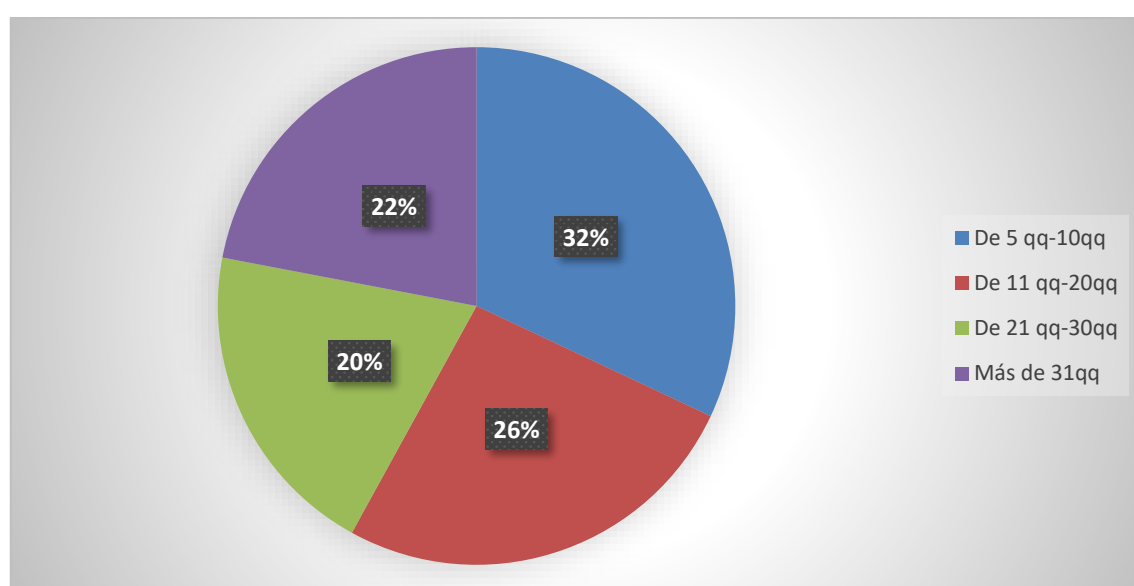


Ilustración 4-20: Cantidad de adquisición

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Al aplicar la encuesta a los dueños de las bodegas, comerciantes y molinos se logró identificar que el 32 % de los propietarios adquieren de 5 a 10 quintales de cebada semanalmente, en cambio el 26% adquiere de 11 a 20 quintales, el 22% más de 31 quintales y el 20% adquiere de 21 a 30 quintales, en base a estos datos podemos analizar cuál es su posible demanda que tendrá el centro de acopio al momento de ofertar la cebada.

Interpretación: Identificamos su posible oferta y demanda que obtendremos en el centro de acopio a nivel del cantón Alausí para determinar qué tan factible será el centro de acopio en la parroquia Tixán.

Pregunta 7. ¿El producto que usted compra para qué es destinado?

Tabla 4-21: Destino del producto

Escala	Cantidad	Porcentaje
Venta	50	100%
Consumo	0	0%
Exportación	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

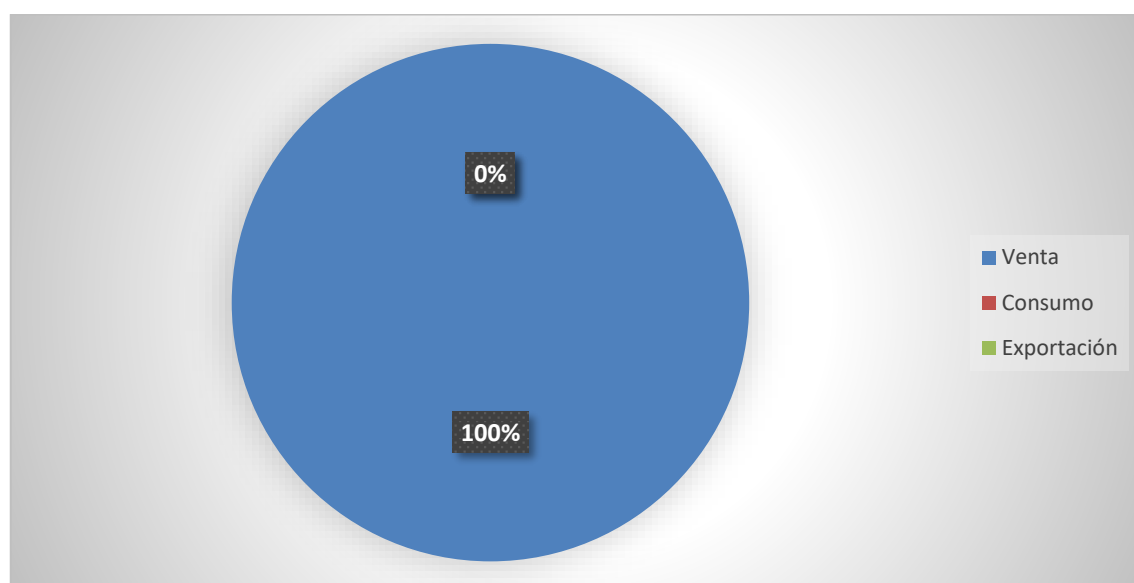


Ilustración 4-21: Destino de compra

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: En base a las encuestas podemos analizar que los propietarios de los molinos, bodegas y comerciantes nos mencionan que el 100% de la producción es destinada para la comercialización de la cebada.

Interpretación: Los datos obtenidos nos ayuda para poder identificar cual es el porcentaje posible de cebada que los propietarios de las bodegas, molinos, y comerciantes adquieren el producto, además se puede identificar que existe un alto porcentaje de venta siendo positivo para nuestro proyecto y este dato de igual manera se ocupa en el componente del estudio de mercado en la posible oferta del centro de acopio.

Pregunta 8. ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación al comprar la cebada?

Tabla 4-22: Presentación

Escala	Cantidad	Porcentaje
Saquillo	50	100%
Cartón	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

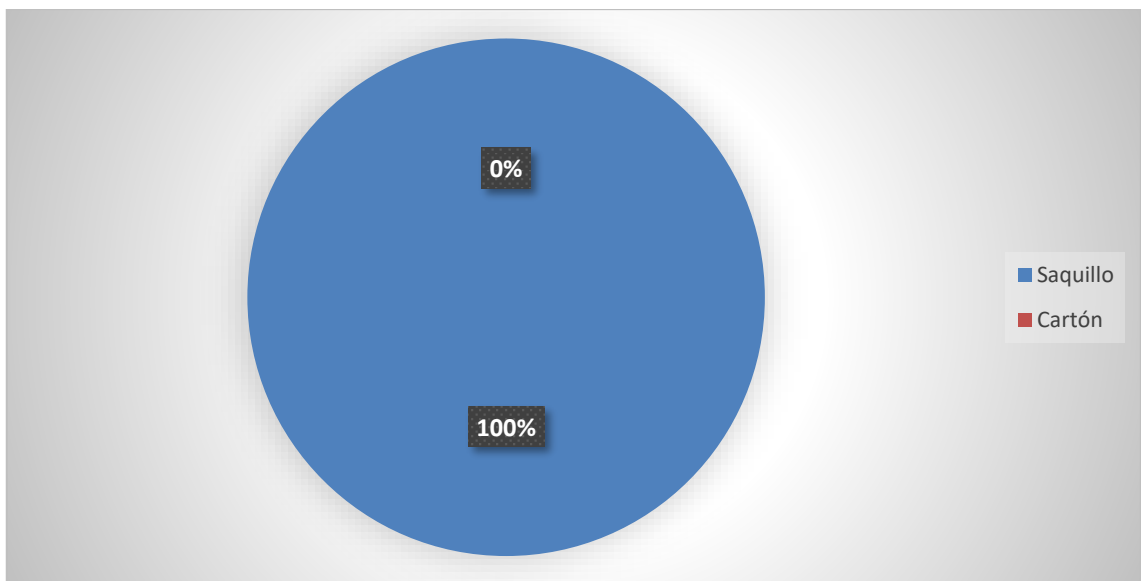


Ilustración 4-22: Presentación

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: En la ilustración se puede observar que por parte de los dueños de los molinos, bodegas y comerciantes en su mayoría prefiere adquirir la cebada en sacos esto representa el 100% de aceptación.

Interpretación: En este caso se aplicará el estudio de mercado por parte de las preferencias del cliente aplicados al Marketing Mix, indica que en su mayoría le gustaría adquirir en saco debido a que es seguro y amigable con el medio ambiente.

Pregunta 9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por el quintal de cebada?

Tabla 4-23: Pago por quintal

Escala	Cantidad	Porcentaje
De \$20 -\$25	17	34%
De \$26 -\$31	23	46%
Más de \$31	10	20%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

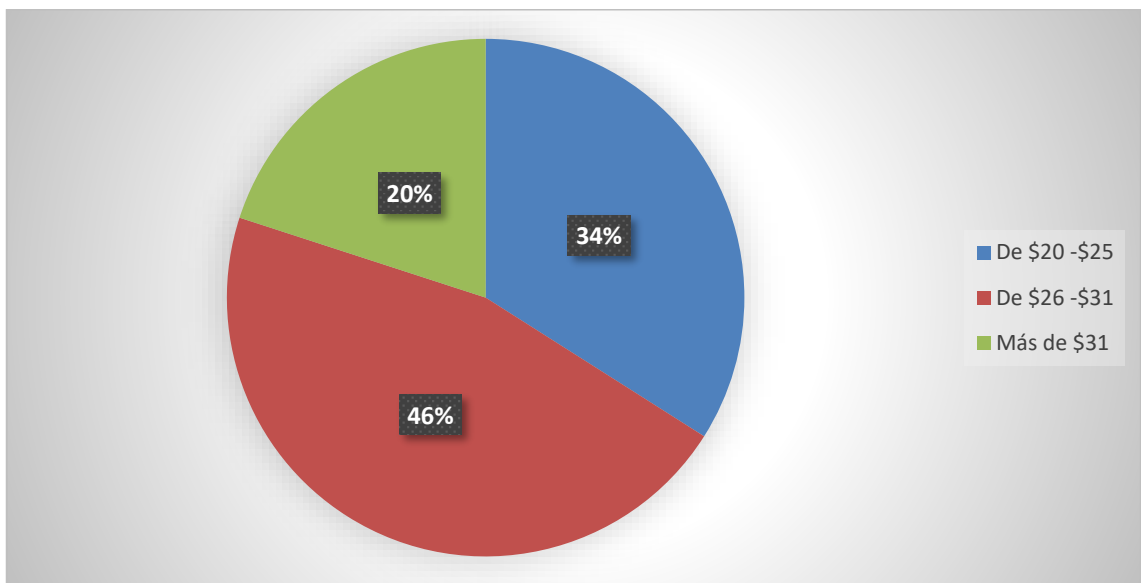


Ilustración 4-23: Pago por quintal

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Según lo señalado por los propietarios nos indica que el precio depende de las estaciones climáticas y el movimiento en el mercado puesto a que tienden a incrementarse el precio de la cebada, por parte de los ofertantes dentro de esto se analiza su conducta de los clientes que representan el 46 % que pagan de 26 a 31 dólares, el 34% pagan de 20 a 25 dólares en cambio el 20% nos menciona que pagan más de 31 dólares.

Interpretación: Esta información está dada en valor monetario dado a que nos ayuda analizar un precio ponderado en el cual se le puede adquirir el quintal de cebada de manera general es decir el precio de venta al público al por mayor y menor que ponga a disposición el centro de acopio.

Pregunta 10. ¿En dónde le gustaría comprar su producto?

Tabla 4-24: Compra de producto

Escala	Cantidad	Porcentaje
Centro de Acopio	24	48%
Mercado Mayorista	4	8%
Ferias	6	12%
Productores	16	32%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

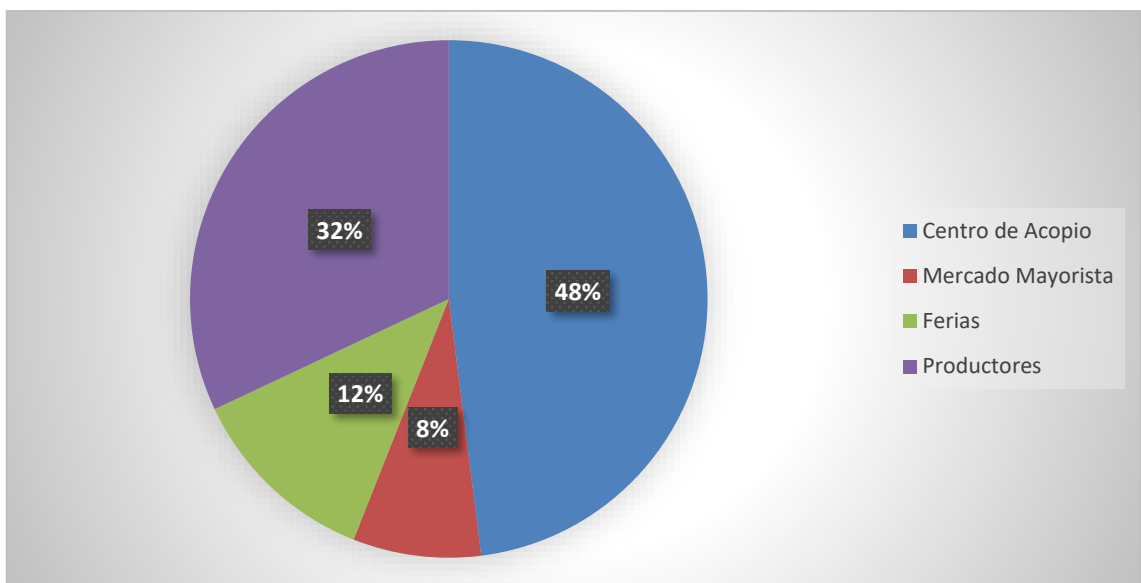


Ilustración 4-24: Compra de producto

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Con los resultados obtenidos en la ilustración se muestra que el 48% de los propietarios adquirirían en el centro de acopio la cebada, el 32 % a los propios productores, el 12% adquiere en las ferias populares y el 8% compra en el mercado mayorista.

Interpretación: En base a los datos recolectados se puede identificar el grado de competitividad que tendrá el centro de acopio de cebada con los distintos lugares de compra.

Pregunta 11. ¿A través de que medio le gustaría recibir información respecto al producto?

Tabla 4-25: Publicidad del Centro de Acopio

Escala	Cantidad	Porcentaje
Facebook	18	36%
WhatsApp	3	6%
TikTok	10	20%
Televisión	8	16%
Página Web	11	22%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

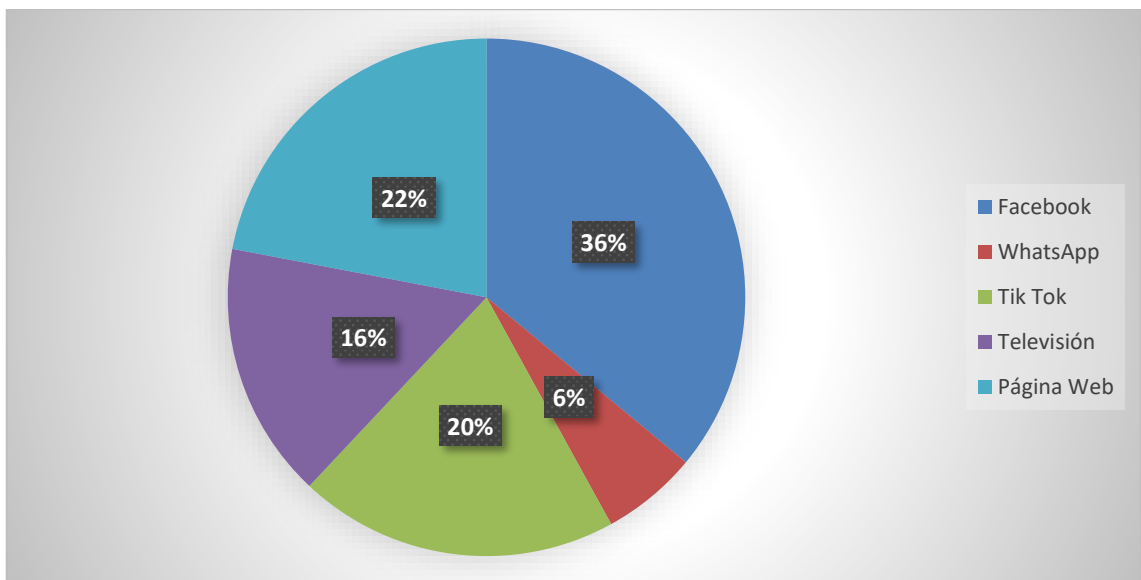


Ilustración 4-25: Publicidad del Centro de Acopio

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Referente a la pregunta podemos seleccionar los diferentes medios donde se puede hacer publicidad o promocionar, para que la población conozca sobre el centro de acopio de cebada, los posibles demandantes optaron que les gustaría enterarse por medio del Facebook que representando el 36%, el 22% seleccionaron a través de la Pagina Web, el 20% en el TikTok, el 16% de preferencia por la televisión y el 6% que representa a los demandantes que le gustaría enterarse a través del WhatsApp.

Interpretación: La gran parte de clientes se enfoca en el Marketing Mix debido a la publicidad a través de los comerciales o redes sociales ya que está en vista de toda una sociedad.

Pregunta 12. ¿Qué método de pago desearía usted?

Tabla 4-26: Método de Pago

Escala	Cantidad	Porcentaje
Efectivo	23	46%
Crédito		0%
Transferencia Bancaria	18	36%
Deposito	9	18%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

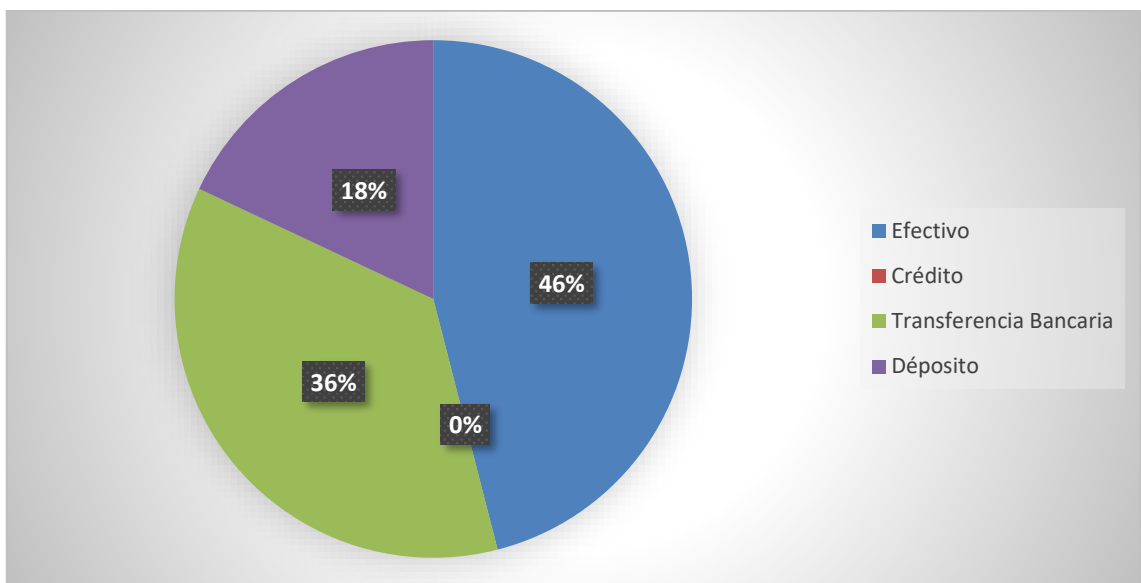


Ilustración 4-26: Método de pago

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Cabe mencionar que el 46% de los propietarios de molinos, bodegas y comerciantes desean su pago en efectivo por entrega de la mercadería, 36% por medio de transferencia Bancaria por seguridad, y el 18% se maneja por medio de Depósitos dando así un resultado como es la estimación del manejo en efectivo.

Interpretación: Por último, la información que se representa en la ilustración es de gran importancia para el estudio financiero y económico el mismo que se determina cual es la cantidad de mercadería y cuál será el manejo de efectivo que se llevará a cabo al momento de vender el producto en el centro de acopio de la parroquia de Tixán

4.3. Entrevista dirigida al Presidente de la Junta Parroquial de Tixán.

Objetivo: Conocer el grado de aceptación y aporte que tendrá la creación de un centro de Acopio por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia rural de Tixán.

1.- ¿Qué acciones ha tomado usted como representante del GADPR de Tixán a favor de los productores durante su periodo?

Por parte del presidente del GADPR Tixán nos manifestó que realizó capacitaciones sobre la siembra, cuidado y cosecha de la cebada además de eso ha ayudado con la donación de la semilla para los productores de escasos recursos económicos en conjunto con los del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

2.- ¿Cuál es la oferta productiva que tiene la cebada en la parroquia Tixán?

En relación con la ubicación geográfica el señor presidente de la junta parroquial de Tixán nos resaltó en que las 46 comunidades de la cabecera parroquial producen un 60% de cebada mediante sus cultivos según la temporada y en el centro de la parroquia el 40% de las personas se dedican a la producción de cebada las mismas que los viernes se ofrecen en la feria popular, su producción general es aproximada de 500 quintales mensuales.

3.- ¿Cuáles son los procesos de la siembra de cebada?

Para el proceso de la siembra de cebada primero empezamos con la fertilización del terreno (abono orgánico), labrar el terreno y la siembra de la cebada, por otra parte, existe dos maneras de sembrar la cebada de forma de boleó quiere decir (arrojando la semilla) y de manera lineal, posterior a la cosecha de cebada esta se la realiza cuando la cebada está madura y se la puede identificar cuando se torna de un color dorado y su cultivo es aproximadamente de un año

4.- ¿Qué factores negativos considera usted que afectan a la producción de cebada?

Los factores negativos que influyen en la producción de cebada es los cambios climáticos, las plagas o la salinidad del terreno, de modo que esto provocaría disminuciones en el rendimiento y calidad del grano.

5.- ¿Usted cree que los precios en el mercado son estables?

Por lo tanto, puede concluirse que los precios en el mercado no son estables debido a que los precios varían debido a la oferta y demanda de aquel producto además otro de los problemas que existe en los agricultores es la movilidad y el precio ya que por medio del mayorista se distorsiona el precio final del quinta de cebada

6.- ¿Como representante del GAD Parroquial rural de Tixán ésta de acuerdo usted con la creación de un centro de acopio de cebada en la parroquia y como aportaría en la gestión?

Por parte del presidente del GAD Parroquial rural de Tixán nos mencionó que la creación del centro de acopio es de vital importancia ya que el 60% de las comunidades siembra lo que es cebada, habas, chocho por lo que los agricultores de la zona alta, media y baja son marginados en las ferias populares y de esa manera se reactivaría la situación de la parroquia como de las comunidades y la participación sería de manera directa dado a que ayudaría con la implementación de la maquinaria adecuada.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. Hilo conductor de la propuesta

Visto de esta forma en este capítulo se planteó una propuesta dando solución al problema, de modo que se desarrollará una guía para una mejor planificación dentro del centro de acopio en la parroquia Tixán

La estructura de la propuesta se basa a través de los siguientes componentes que serán de gran aporte para lo cual se desarrollará en forma secuencial dando un enfoque al desarrollo y movimiento económico según la ubicación del proyecto de factibilidad para la creación del centro de acopio.

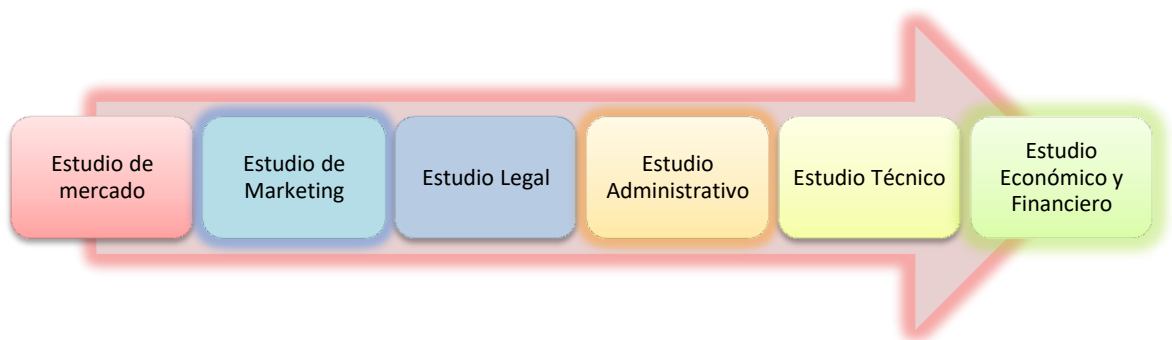


Ilustración 5-1: Hilo conductor

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.2. Introducción

La creación de empresas en la actualidad a nivel local, nacional e internacional independientemente del tamaño y de la actividad que desempeñen, además al encontrarse en constante movimiento ayuda en la búsqueda de nuevos nichos de mercado solventando la economía de su entorno y a la vez optimizar los procesos de comercialización de un bien o servicio ofreciendo calidad y eficiencia generando la satisfacción del cliente conforme a sus expectativas.

Dentro de la investigación se plantea un estudio de mercado a fin de determinar el espacio que ocupa el acopio de cebada para erradicar y eliminar el atropello generado por los intermediarios en los distintos mercados, por lo tanto dentro de este capítulo se propone un estudio para determinar la factibilidad de la creación de un centro de acopio para lo cual se pretende aplicar

los siguientes estudios complementarios: mercado, marketing, técnicos, financiero y económico a fin de fomentar la economía dentro del cantón en base a su factibilidad; para su creación y funcionamiento es importante considerar la normativa vigente de la ley de compañías misma que menciona necesario probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas que le den el valor agregado o a su vez éste realice alguna transformación considerando la producción por parte de los productores de cebada de la parroquia Tixán durante el período de cosecha.

El objetivo es enfocarse en las empresas productoras de productos derivados de cebada para conocer las cantidades del producto que estos pueden producir, al ser la cebada un producto muy escaso ya que se cultiva una vez al año, de igual forma se determinará la población que se encuentra en capacidad de consumir a diferentes precios y bajo altos estándares de calidad.

5.3. Objetivo de la propuesta

5.3.1. *Objetivo general*

Conocer la unidad de los productores de cebada en la parroquia Tixán para convertirlos en socios futuros del centro de acopio y fortalecer la economía impulsando el desarrollo productivo mediante la aplicación de cada una de las fases del estudio de mercado analizando el entorno y estableciendo estrategias innovadoras

5.3.2. *Objetivos específicos*

- Diagnóstico de la situación actual de la producción y consumo de cebada que nos permitan identificar la demanda y la oferta.
- Desarrollar cada una de las fases del estudio de mercado para determinar la factibilidad.
- Determinar los costos, gastos e ingresos que genera el proyecto para ser ejecutado.

5.4. Análisis de la matriz FODA

Tabla 5-1: Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDAD
<ol style="list-style-type: none"> 1. Producto disponible dentro de la parroquia 2. Terrenos aptos para el cultivo 3. Bajo costo de producción 4. Presencia de grandes extensiones de cultivo de cebada 5. Productos orgánicos 6. Rendimiento adecuado en la producción 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acuerdos comerciales de exportación 2. Producto de calidad para procesarlo sin inconveniente 3. Promoción en ferias de los productos derivados de la cebada 4. Factor geográfico y vías de acceso adecuados. 5. Alto consumo de cebada para procesar derivados
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Presencia de intermediarios. 2. Precios bajos en mercados locales 3. No hay asociatividad entre los productores de cebada 4. Escasa industria que compren directamente al productor de cebada 5. Los precios están sujetos al volumen de producción y temporada, no hay estabilidad. 6. No existen clientes fijos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Volatilidad de precios 2. Variación del tipo de cambio. 3. Competidores en el mercado 4. Restricción a las exportaciones en ventas directas del productor 5. Parámetros de calidad por empresas 6. Alto índice de productos sustitutos 7. No hay incentivos para el cultivo de cebada por parte de las autoridades.

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.4.1. Estrategias de la matriz FODA

Tabla 5-2: Estrategias de la matriz FODA

	OPORTUNIDAD	AMENAZAS
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acuerdos comerciales de exportación 2. Producto de calidad para procesarlo sin inconveniente 3. Promoción en ferias de los productos derivados de la cebada 4. Factor geográfico y vías de acceso adecuados. 5. Alto consumo de cebada para procesar derivados 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Volatilidad de precios 2. Variación del tipo de cambio. 3. Competidores en el mercado 4. Restricción a las exportaciones en ventas directas del productor 5. Parámetros de calidad por empresas 6. Alto índice de productos sustitutos 7. No hay incentivos para el cultivo de cebada por parte de las autoridades.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Producto disponible dentro de la parroquia 2. Terrenos aptos para el cultivo 3. Bajo costo de producción 	<p>F1O1. Impulsar programas de cultivo, venta y exportación de cebada, considerando los acuerdos con instituciones o países.</p> <p>F1O5. Aprovechar la cebada disponible para cubrir parte de la demanda de las empresas procesadoras de derivados</p>	<p>F1O1. Desarrolla una planificación de almacenaje la producción disponible y venderla en épocas donde escasea la cebada, así se procura siempre comercializarla a un buen precio.</p> <p>F2A4. Incentivar el cultivo de cebada mediante capacitaciones y de este modo fomentar el cultivo de cebada en grandes niveles de producción.</p> <p>F3A3 Aprovechar los bajos costos de producción que tiene la cebada haciendo de este un producto competitivo en el mercado.</p>

<p>4. Presencia de grandes extensiones de cultivo de cebada</p> <p>5. Productos orgánicos</p> <p>6. Rendimiento adecuado en la producción</p>	<p>F2O2. Aprovechar los terrenos para impulsar el cultivo de cebada mediante convenios con instituciones publicas</p> <p>F3O3. Aprovechar la producción, y realizar convenios con productores directos.</p> <p>F4O6.Satisfacer la demanda, considerando la suficiente producción de cebada existente en el mercado local.</p> <p>F5O6. Incentivar buenas prácticas de cultivos mediante estrategias de calidad, capaz de satisfacer las necesidades del cliente.</p> <p>F6O4. Aprovechar la posición geográfica y las vías de comunicación para el transporte hacia mercados nacionales.</p>	<p>F4A7. Promover el cultivo de cebada para aprovechando los suelos y evitar las importaciones mediante asociatividad</p> <p>F5A5. Presentar un producto de excelente calidad con asesoría técnica cumpliendo los estándares de calidad.</p> <p>F6A7. Promocionar el cultivo de cebada mediante una agrupación consolidada con una asociación enfocada en mejorar las condiciones de vida del socio.</p>
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<p>1. Presencia de intermediarios.</p> <p>2. Precios bajos en mercados locales</p> <p>3. No hay asociatividad entre</p>	<p>D1O1. Aprovechar los acuerdos y convenios parroquiales para realizar venta directa al consumidor final</p> <p>D2O5. Incentivar el cultivo de cebada mediante asociatividad con mejores precios donde la cadena de producción y comercialización obtenga rentabilidad.</p>	<p>DIA3. Disminuir la participación de intermediarios en el proceso de comercialización, reduciendo precios para ser más competitivos en el mercado.</p> <p>D2A4. Fijar un precio estable, evitando incertidumbre en la producción para que no existan restricciones.</p> <p>D3A5. Fomentar la asociatividad de los agricultores para obtener un grano de excelente calidad, capaz de cumplir los estándares requeridos.</p>

<p>los productores de cebada</p>	<p>D3O3. Proponer la asociación de los productores en busca de los beneficios otorgados por el centro de acopio y autoridades locales.</p>	<p>D4A4. Buscar mercados que demanden la cebada y evitando el uso de otros productos sustitutos.</p>
<p>4. Escasa industria que compren directamente al productor de cebada</p>	<p>D4O4. Buscar mercados para la cebada en grano donde esta pueda ser transformada con la maquinaria y tecnología adecuada.</p>	<p>D5A1. Mantener precios estables para los asociados durante todo el año, disminuyendo las pérdidas por el factor climático.</p>
<p>5. Los precios están sujetos al volumen de producción y temporada, no hay estabilidad.</p>	<p>D5O6. Establecer precios con los productores que brinde seguridad para realizar los cultivos de forma ordenada y periódica evitando abundancia o escasez y proveer el mercado demandante en el volumen requerido.</p>	<p>D6A3. Cumplir con los acuerdos de negociación, para fidelizar al cliente además de entregar un producto de excelente calidad.</p>
<p>6. No existen clientes fijos</p>	<p>D6O5 Identificar compradores potenciales en el mercado de la provincia de Chimborazo</p>	

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.5. Estudio de Mercado

En el estudio de mercado se enfoca dos variables la oferta y la demanda donde se elige diversas estrategias de ubicación en medio de un mercado competitivo.

5.5.1. Análisis de la demanda

5.5.1.1. Demanda de cebada en Ecuador

Dentro del Ecuador la demanda de cebada asciende al 40% de la producción ecuatoriana, misma que es utilizada para producir cerveza, de igual forma el otro 60% de excedentes se comercializan en mercados locales, estos contribuyen a la elaboración de subproductos alimenticios para animales y humanos (Garófalo, Falconí, & Llangari, 2020).

En cuanto a la demanda actual nos ayuda a determinar el volumen de compra que va a tener el centro de acopio de cebada en la parroquia Tixán, y a través del presente análisis nos permitirá identificar si existe una demanda real

5.5.1.2. Proyección de la demanda

Según los datos obtenidos de la encuesta a la que fue aplicada a 50 propietarios de los cuales son 3 molinos, 9 bodegas y 38 comerciantes de lo cual se obtiene una aceptación de 84% de acorde la pregunta 2 dando un total de 42 clientes aptos para comprar la cebada y a estos se considera la compra del producto en base a lo requerido como se muestra en la siguiente tabla

Tabla 5-3: Cálculo de la demanda actual

Escala	Consumo semanal	N° personas	Frecuencia de consumo qq	Consumo de cebada qq
De 5 qq-10qq	32%	13	8	107,52
De 11 qq-20qq	26%	11	15	163,80
De 21 qq-30qq	20%	8	25	210,00
Más de 31qq	22%	9	30	277,20
TOTAL SEMANAL				<u>758,52</u>
TOTAL ANUAL				<u>39443</u>

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Al realizar el levantamiento de información de la demanda da como resultado a 39443 quintales anuales para ello se aplica una tasa de crecimiento del 1.28% del sector agrícola para la proyección se aplica la siguiente fórmula.

$$D_p = DA (1+i)^n$$

Dónde:

D_p = Demanda Proyectada

DA= Demanda Actual

1=Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n= Tiempo

Tabla 5-4: Proyección de la demanda

Año	Demanda
1	39.948
2	40.459
3	40.977
4	41.502
5	42.033

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.5.2. *Análisis de la oferta*

5.5.2.1. *Análisis de la oferta*

Las condiciones agroclimáticas de Ecuador no son las apropiadas para la producción de cebada ya que incluyen zonas de 2400 - 3300 msnm, precipitaciones de 400 - 600 mm durante el ciclo de cultivo, suelos franco arenoso y profundos con buen drenaje, y con un pH de 6,5 - 7,5. Al ser importante la cebada para la economía del país en el sector agrícola. A pesar de la importancia de la cebada para la economía agrícola del Ecuador, estos productos se producen solo 24 000 t/año, con una productividad promedio de 0,60 t/ha, siendo el costo de producción de hasta US\$ 700 por hectárea (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2021)

5.5.2.2. *Oferta proyectada*

La oferta se calcula a través del nivel de producción de los agricultores los cuales son eje fundamental en la cantidad de producción el cual será entregado al centro de acopio y comercializada dentro del proyecto, para ello se consideró a 100 productores de cebada según la

pregunta 2 ya que existe una variación de producción dependiente del tamaño del terreno como se puede visualizar en la siguiente tabla el cual determina la cantidad exacta que los productores entregaran al centro de acopio, para ello también se considera que esto tendrá un nivel de consumo personal de 9%.

Tabla 5-5: Cálculo de la oferta actual

Escala	Oferta anual	N ^a personas	Frecuencia de producción qq	Cantidad en qq del productor	Cantidad de qq destinados para el consumo personal)9%	Cantidad de qq destinados a la venta al centro de acopio
De 1-30 qq	63%	63	28	1764	159	1605
De 30-60 qq	33%	33	58	1914	172	1742
De 60-90 qq	3%	3	88	264	24	240
Más de 90 qq	1%	1	100	100	9	91
TOTAL OFERTA ANUAL				<u>4042</u>	<u>364</u>	<u>3678</u>

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Al considerar que la oferta del centro de acopio será de 3678 quintales al año se considera una tasa de crecimiento de 5,40% por parte de las empresas productoras de derivados de la cebada para lo cual se aplicó una proyección para los 5 años de vida útil del proyecto y se aplica la siguiente fórmula.

$$Op=OA (1+i)^n$$

Dónde:

Op = Oferta Proyectada

OA= Oferta Actual

1= Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n= Tiempo

Tabla 5-6: Proyección de la oferta

Año	Oferta
1	3.877
2	4.086
3	4.307
4	4.539
5	4.785

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.5.3. Demanda insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se ejecuta una operación simple, entre la demanda y la oferta proyectada, por ende, para la obtención de la demanda insatisfecha se procederá al cálculo el cual consiste en la resta de la demanda proyectada desde el año 1 hasta el año 5 como se muestra a continuación.

Tabla 5-7: Demanda Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
1	39.948	3.877	36.071
2	40.459	4.086	36.373
3	40.977	4.307	36.670
4	41.502	4.539	36.962
5	42.033	4.785	37.248

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

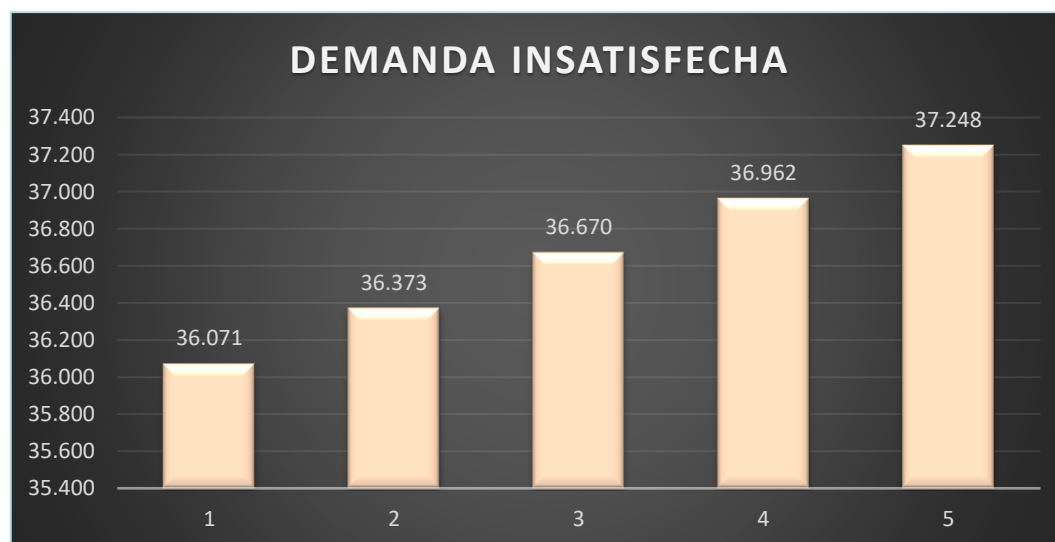


Ilustración 5-2: Demanda Insatisfecha

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Al analizar la demanda insatisfecha se puede mencionar que dentro del estudio se canaliza información relevante la cual no todos los clientes están satisfechos a entregar su producto en el centro de acopio donde además se puede analizar de forma clara y precisa un nuevo nicho de mercado a considerar cada intención de compra como una oportunidad para tomar decisiones basándonos en nuevas segmentaciones de mercado.

5.6. Marketing Mix

5.6.1. Precio

Los precios por lo general son manejados de manera promocional ya que los consumidores pueden encontrar productos a menor precio que crea ideales, mientras que al ser el precio normal se lo considera muy alto su precio y por lo tanto evitará su compra, para ello es importante crear estrategias enfocadas en el precio.

Al realizar el análisis de precios se considera varios factores políticos, legales, naturales entre ellos el precio de compra de la cebada al productor según los datos emitidos por la encuesta es de \$30,00 dólares estandarizando este precio de compra de acuerdo a la política que estipulen los administradores y directivos del centro de acopio, dentro de nuestro proyecto se basa en acopiar y verificar de formar técnica el cual se fija un precio de comercialización de \$50,00 dólares donde se tendrá un margen de ganancia de \$ 20, 00 dólares por el valor agregado que emite el centro de acopio a sus clientes.

5.6.2. Plaza

La Cebada es un producto ancestral que tiene varios derivados y en la actualidad el producto es consumido a raíz de la necesidad por adquirir productos naturales, mismos que serán comercializados a través de diferentes cadenas de distribución el cual se pretende que el centro de acopio se focalice dentro de la parroquia Tixan y este distribuya dentro y fuera de la provincia de Chimborazo. De igual forma se opta por un canal de distribución corto Productor – Canal de Distribución – Consumidor, promoviendo la distribución directa a las cadenas de venta: como se muestra a continuación:

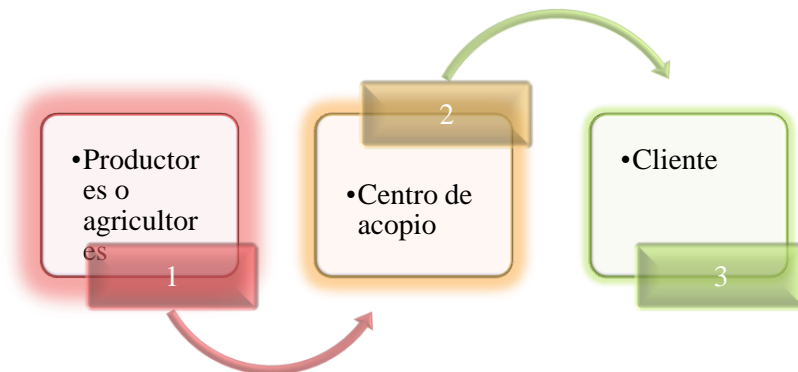


Ilustración 5-3: Canales de comercialización

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.6.3. Producto

Según estudios mencionan que la cebada, , puede alcanzar hasta un 17,00% de contenido proteico, la cual aporta entre 11,00 - 14,00% de proteína, con un promedio de 13,00% Sin embargo, en la actual investigación la FN resultó en mayor contenido proteico en los dos sitios ($p \leq 0,10$), llegando a 14,50% con la dosis de 150 kg N/ha Las diferencias de clima, textura de suelo, y nivel de producción entre factores pudieron ocasionar variaciones en el contenido de proteína. (Lema, Basantes, & Pantoja, 2017) para brindar un producto de calidad se debe aplicar las siguientes estrategias

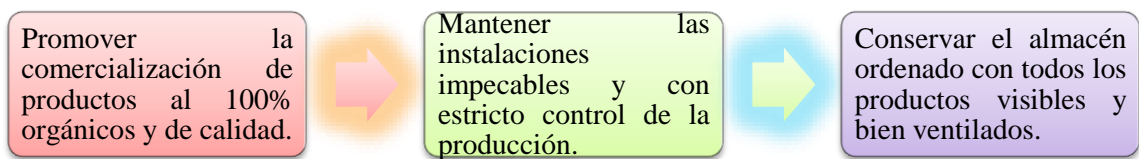


Ilustración 5-4: Producto

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.6.4. Promoción

La promoción para la comercialización de cebada en el centro de acopio se basará en los siguientes aspectos:

- Realizar campaña promocional sobre los beneficios del producto, y la fidelidad a nuestros productos, etc y esto se lo realizará mediante redes sociales y una gigantografía.

Gigantografía



Ilustración 5-5: Gigantografía

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Tabla 5-8: Presupuesto estrategia Facebook

Estrategia	Costo unitario	Costo total
Publicar en la red social Facebook. 2 veces al día por un año.	1 plan megas internet \$10 mensual	\$0,00
Gigantografía en lugares estratégicos del cantón	\$80,00	\$80,00
TOTAL		<u>\$80,00</u>

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.7. Estudio legal

5.7.1. Forma jurídica de las empresas asociativas

La estructura organizacional permite coordinar y supervisar de manera adecuada las actividades y procesos a desempeñar en el centro de acopio optimizando los recursos disponibles de la misma para lograr un desempeño eficiente. De igual forma se puede definir la estructura jerárquica de acuerdo a las actividades que se desempeñe en cada departamento del centro de acopio lo que ayudará a cumplir los objetivos propuestos.

Base legal

En base a La Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario con relación a las organizaciones del sector asociativo se dará cumplimiento su estudio legal, como se muestra a continuación

De las Organizaciones del Sector Asociativo

Tabla 5-9: Aspectos de constitución del centro de acopio

Art. 18-Sector Asociativo.	-Es un conjunto de asociaciones conformadas por personas naturales que desempeñan actividades económicas, productivas y complementaria con el propósito de producir y comercializar un bien o servicio utilizando todos los recursos disponibles para actuar de forma solidaria bajo auto gestión, tal como lo establece la ley.
Art. 19.-Estructura Interna.	La forma de gobierno y administración de las asociaciones constituirán en su estatuto social, que preverá la existencia de un

	<p>órgano de como máxima autoridad, un órgano directivo, un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal, mismo que serán elegido bajo votación y deberán presentar sus informes correspondientes.</p> <p>Bajo el Reglamento vigente se procederá a realizar la integración y funcionamiento de los órganos directivos y de control de las organizaciones del sector asociativo de forma legal.</p> <p>De igual forma el capital social será mediante el aporte de los socios para la gestión correspondiente del centro de acopio.</p>
Art. 20.-Capital Social. -	<p>El capital social que constituye las cuotas de admisión de asociados no está sujetas a reembolsos por el ejercicio económico. En el caso de bienes inmuebles obtenidos mediante donación, no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social materia de la donación.</p>

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

En virtud de lo expresado, se propone para la adecuada gestión empresarial del centro de acopio el siguiente organigrama de acuerdo con el Reglamento General de la (Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, 2022) y además se debe cumplir para realizar actos de comercio, por lo tanto, sus requisitos son:

5.7.2. *Pasos y requisitos de constitución de un centro de acopio*

Tabla 5-10: Pasos y requisitos de constitución de un centro de acopio

	Proceso	Entidad	Documentación/Requisitos
1	Obtención del RUC	Oficinas de Servicio de Rentas Internas	<ul style="list-style-type: none"> • Copia de cedula • Planilla de luz, agua o teléfono del domicilio y del lugar donde se desarrollar las actividades. • Especificación de la actividad económica a desarrollar. • Formularios.
2	Permiso de funcionamiento municipal	GAD Municipal	<ul style="list-style-type: none"> • Copia del RUC. • Copia nombramiento representante legal. • Planilla de luz.

			<ul style="list-style-type: none"> • Formulario de declaración para obtener las patentes. • Razón social o nombre del establecimiento.
3	Permiso de la dirección de higiene municipal	GAD Municipal	<ul style="list-style-type: none"> • Copia del RUC. • Copia Nombramiento de Representante Legal. • Planilla de Luz • El carné de salud ocupacional por cada empleado que manipula los insumos de producción.
4	Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	Cuerpo de Bomberos	<ul style="list-style-type: none"> • Copia del RUC • Copia del Nombramiento Representante Legal. Copia de Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal. • Planilla de luz. • Pago de tasa del permiso, de acuerdo a la actividad económica.
5	Permiso de Funcionamiento del MSP.	Ministerio de Salud Pública	<ul style="list-style-type: none"> • Permiso de la Dirección de Higiene Municipal Copia del RUC. • Copia de Nombramiento del Representante Legal. • Cédula y papeleta de votación del Representante Legal. • Planilla de luz. • El carnet de salud ocupacional de cada empleado que manipule insumos de producción.
6	Certificado de uso de suelos	GAD municipal	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario único de solicitud. Croquis de localización, uso actual del suelo, la superficie por usar. • Documento de propiedad. • Acta constitutiva centro de acopio.
7	Cuenta de integración	Banco local	<ul style="list-style-type: none"> • Abrir una cuenta de integración en un banco.

			<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el depósito de por lo menos el 25% del capital total. • Certificado bancario
8	Escritura publica	Abogado	<ul style="list-style-type: none"> • Lugar y fecha donde celebra el contrato. • Nombre, nacionalidad, domicilio de las personas que constituyen la compañía. • Objeto social • Denominación y duración • Importe del capital con número de acciones según clase, valor nominal, nombre y nacionalidad de suscriptores. • Domicilio de la compañía. • -Forma de administración y facultades de los administradores. • Formas y épocas de convocar a Juntas Generales. • Norma de reparto de utilidades. • Determinación de los casos para disolverse.
9	Licencia Ambiental	Oficinas del Ministerio del Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de Intersección con el SNAP (Sistema Nacional de Áreas Protegidas),BP (Bosques Protegidos) y PFE (Patrimonio Forestal del Estado). • Solicitud de la aprobación. • Solicitud de la aprobación del EIA (Impacto ambiental) y PMA (Plan de Manejo Ambiental) • Para que se emita en certificado debe tener: • Solicitud de la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto. • Oficio del proponente solicitando al MAE la emisión del Certificado de intersección. • Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección. • Razón Social del proponente.

			<ul style="list-style-type: none"> • Apellidos y Nombres del Representante Legal. • Datos sobre dirección, ciudad, calle No, teléfono No, e-mail. • Nombre del Proyecto. Actividad y una breve descripción del proyecto
--	--	--	--

Fuente: (Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, 2022).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8. Estudio organizacional

5.8.1. Nombre del centro de acopio

EL GRANO DE ESPIGA S.A.

5.8.2. Logo del centro de acopio

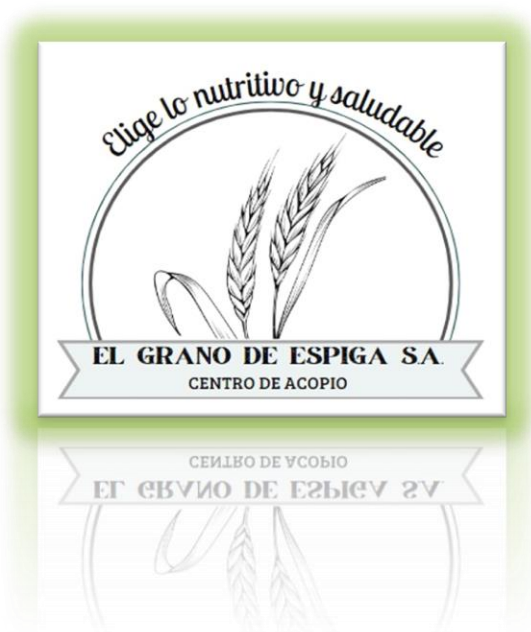


Ilustración 5-6: Logo del centro de acopio

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.3. Slogan

“Elige lo nutritivo y saludable”

5.8.4. Propuesta de la filosofía corporativa

5.8.4.1. Visión

Nuestra visión es ser el mejor centro de acopio en la zona central del país, a nivel nacional e internacional ofreciendo en el mercado granos secos para el consumo humano que permita satisfacer las necesidades de los consumidores y clientes garantizando la calidad de los productos y el bienestar del productor.

5.8.4.2. Misión

El Centro de Acopio el Grano de Espiga S.A. para el 2028 ser una institución reconocida a nivel local y nacional brindando un producto al 100% natural sometidos a una selección y limpieza del grano de cebada (grano seco) que permita al cliente una materia prima de calidad y pueda ser procesada sin ninguna anomalía, generando una ventaja competitiva en el mercado.

5.8.4.3. Objetivos estratégicos

- Procesar los mejores granos secos en diferentes envases y tamaños para la comercialización en el mercado en la provincia de Chimborazo.
- Adquirir tecnología que permita mejorar la producción optimizando tiempo.
- Reducir los costos de producción manteniendo los estándares de calidad exigidos.
- Posicionar el producto del centro de acopio en un plazo máximo de dos años.
- Expandir el mercado a nivel nacional cubriendo las necesidades de las principales ciudades en un plazo de cinco años y posteriormente los mercados internacionales en un periodo de siete años.
- Crear una buena imagen corporativa, ser reconocidos y apreciados por nuestros clientes.

5.8.4.4. Principios institucionales

Tabla 5-11: Principios institucionales

Principios	<p>Apoyo a los clientes: Brindar el respectivo asesoramiento y apoyo en los productos que necesitan.</p> <p>Compromiso de responsabilidad social: Permite el mejoramiento indirecto el ámbito socio-económico.</p> <p>Incrementar el valor de la empresa: Fomentar las relaciones públicas relacionadas con el progreso y desarrollo del centro de acopio.</p> <p>Respaldo a empleados: Brindar apoyo a los colaboradores para obtener mejores resultados en las operaciones de los diferentes procesos.</p> <p>Trabajo en equipo: Incentivar el trabajo en equipo a fin de alcanzar los objetivos propuestos y un buen clima laboral.</p>
-------------------	---

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.4.5. Políticas empresariales

Tabla 5-12: Políticas empresariales

Políticas generales	<ul style="list-style-type: none">• Cumplir con los horarios laborales establecidos sin excepción alguna.• Brindar resultados favorables en cada actividad desarrollada por el personal.• No debe existir parentesco entre el personal ya que podría originarse inconvenientes en el ámbito laboral.• Se aplicará las sanciones correspondientes a quienes provoquen actos de disciplina en el área laboral y a la vez ocasionen desestabilidad laboral.• Actuar con el debido respeto hacia los colaboradores del centro de acopio y los clientes.• Hay que recordar que el cliente siempre tiene la razón, aunque no sea así.• Ofrecer un producto con altos estándares de calidad.• Respetar los horarios de ingreso y salida del personal.
----------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • El personal es responsable de sus instrumentos correspondientes para el desarrollo de cada actividad, en caso de pérdida deberá ser repuesto. • Seguridad industrial en el centro de acopio garantizando la vida del personal en general. • Contar con infraestructura moderna y adecuada para el desarrollo de cada actividad correspondiente. • Respetar la estructura orgánica funcional del centro de acopio para un adecuado funcionamiento.
Políticas de Administración	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación al personal por lo menos una vez al año o cada que se considere pertinente. • Las personas contratadas deberán seguir un proceso de llenado de solicitudes para el cargo requerido. • El personal tiene el derecho de recibir todos los beneficios de ley. • Los sueldos se estipularán conforme a las actividades que desempeñe, mismos que establecerá el Gerente. • Los pagos se lo realizaran mediante una cuenta bancaria.
Políticas del personal	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar herramientas de trabajo correspondientes a cada área del centro de acopio. • Mantener el lugar de trabajo limpio. • Generar respeto entre el personal
Políticas de Pago	<ul style="list-style-type: none"> • Se aceptarán pagos al contado y a crédito de los clientes más frecuentes. • En el pago al contado se realizará descuentos especiales. • Al pagar con tarjeta no se realizará descuentos.

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.4.6. Estructura orgánica de la asociación

Para el funcionamiento adecuado del centro de acopio es necesario establecer los niveles jerárquicos de la misma, con la finalidad de mejorar el trabajo en equipo y dar a conocer cada miembro la función a desempeñar al igual que se establece los rangos superiores y subordinados.

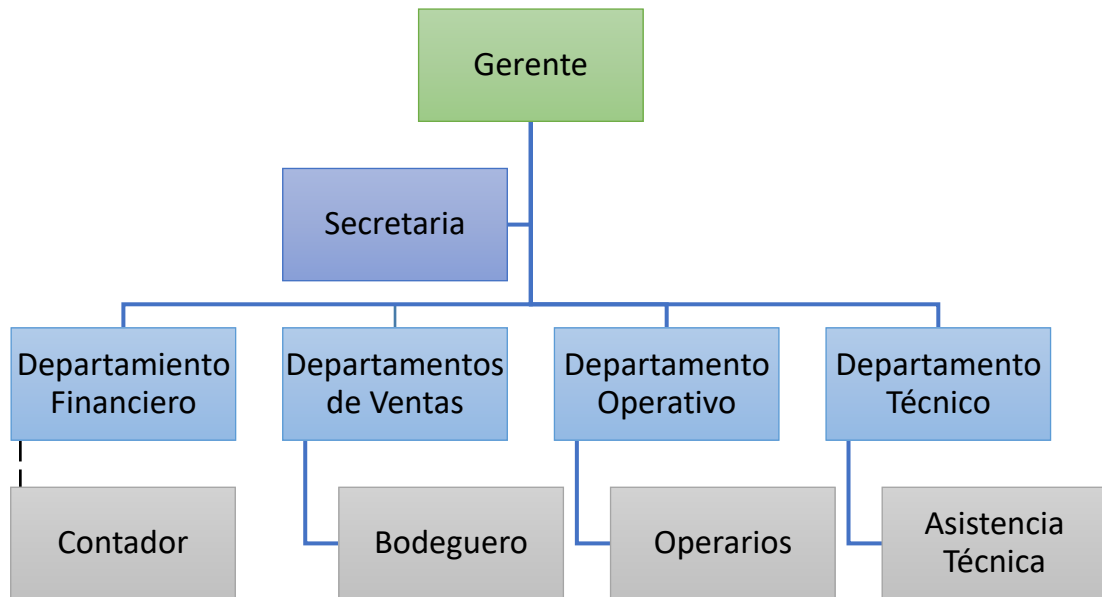


Ilustración 5-7: Organigrama propuesta


Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.4.7. *Manual de funciones*

Se desarrolla manuales de funciones para cada puesto de trabajo con el propósito de dar a conocer el nivel jerárquico del personal, sus responsabilidad, obligaciones y actividades a desarrollar garantizando con ello el cumplimiento de actividades de manera eficiente y en el caso de ser necesario aplicar correctivos ante alguna situación dificultosa


Tabla 5-13: Funciones del Gerente

IDENTIFICACION DEL CARGO		
	Nombre del puesto:	Gerente General
	Nombre del área:	Gerencia
	Dependencia	De sí mismo
	Supervisa:	Todo el personal de la Asociación.
	Número de cargos	1
RESÚMEN DEL CARGO		
<p>Debe planificar, coordinar, dirigir, analizar controlar y deducir el trabajo de la Asociación, contratar al personal idóneo para las diferentes actividades, efectuando esto dentro de la jornada laboral.</p>		
FUNCIONES DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la Asociación. • Convocar y presidir las reuniones de los diferentes departamentos. • Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. • Formular políticas en la Asociación. • Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los colaboradores. • Delegar las tareas y funciones. • Revisar balances periódicamente. • Selección y contratación del personal. • Ejecutar otras funciones afines al puesto. • Organizar y dirigir las actividades de la Asociación. 		
PERFIL REQUERIDO		
Educación:	Experiencia:	
Título de Ingeniero Administrador de Asociación.	4-6 años en cargos similares	
COMPETENCIAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo y dirección del talento humano. • Disponer de capacidad analítica • Liderazgo. • Comportamiento ante los fracasos. • Capacidad Administrativa (planeación, organización, dirección y control) • Capacidad de promover nuevos proyectos. • Promueve la comercialización • Habilidad de comunicación. 		

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.


Tabla 5-14: Funciones de la Secretaría

IDENTIFICACION DEL CARGO		
	Nombre del puesto:	Secretaria
	Nombre del área:	Secretaria
	Dependencia	Gerente
	Supervisa:	No tiene personas a su cargo
	Número de cargos	1
RESÚMEN DEL CARGO		
Elaboración de oficios, y archivo de facturas, contratos y demás trámites relacionados con la naturaleza de la Asociación.		
FUNCIONES DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Representar conjuntamente con el Gerente Comercial a la Asociación. • Convocar a las reuniones de los diferentes departamentos. • Redacta actas de las reuniones con los departamentos de la Asociación. • Organizar archivos. • Manejo de caja chica • Realizar y recibir llamadas telefónicas • Ejecutar otras funciones afines al puesto. 		
PERFIL REQUERIDO		
Nivel de instrucción:	Experiencia:	
Bachiller secretariado, comercio y administración o a fines similares	Mínima 1 año en puestos similares	
COMPETENCIAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Buena presencia. • Facilidad de expresión verbal y escrita. • Excelente ortografía y redacción de textos. • Desempeñarse eficientemente en cualquier área de trabajo. • Conocimiento del cargo. 		

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Tabla 5-15: Funciones del Contador

IDENTIFICACION DEL CARGO		
	Nombre del puesto:	Contador
	Nombre del área:	Financiero – Contabilidad
	Dependencia	Gerente
	Supervisa:	Secretaria
	Número de cargos	1
RESÚMEN DEL CARGO		
Colaborar, analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la Asociación.		
FUNCIONES DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar todos los movimientos contables. • Presentar los estados financieros mensualmente a la gerencia. • Realizar la declaración de impuestos de manera oportuna. • Registro pago empleados • Realizar el rol de pagos • Control de depósitos y conciliaciones bancarias. • Revisión de cuentas, Cierre de mes. 		
PERFIL REQUERIDO		
Nivel de instrucción:	Experiencia:	
Título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría	Mínima 2 año en puestos similares	
COMPETENCIAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de kárdex • Honestidad y responsabilidad • Conocimientos de informática • Desarrollo y dirección del talento humano. • Solidez en los conocimientos y habilidades contables y administrativas. • Idoneidad en los conocimientos y habilidades legales, financieras y económicas. 		

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Tabla 5-16: Funciones del Bodeguero

IDENTIFICACION DEL CARGO		
	Nombre del puesto:	Bodeguero
	Nombre del área:	Comercialización
	Dependencia	Gerente
	Supervisa:	Vendedores
	Número de cargos	1
RESÚMEN DEL CARGO		
Contribuir al desarrollo de la Asociación mediante el correcto almacenamiento de los diferentes insumos agrícolas y pecuarios que la Asociación comercializa.		
FUNCIONES DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Almacenar insumos agrícolas y pecuarios de acuerdo a la clasificación de cada uno. • Despachar los insumos de acuerdo al requerimiento de cada vendedor. • Llevar un control del stock que hay en bodega. • Conservar ordenada su área de trabajo. • Mantener actualizado el inventario general de bodegas 		
PERFIL REQUERIDO		
Nivel de instrucción:	Experiencia:	
Bachiller técnico o a fines	Mínima 1 años en cargos similares	
COMPETENCIAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Buen trato a los clientes, responsabilidad por cada insumo a su cargo. • Asistir a sus labores respetando los horarios establecidos. • Conocimiento del manejo de inventarios. • Trabajo en equipo. 		

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.


Tabla 5-17: Funciones del Asistencia técnica

IDENTIFICACION DEL CARGO		
	Nombre del puesto:	Asistencia técnica
	Nombre del área:	Departamento técnico
	Dependencia	Gerente
	Supervisa:	Todo el personal de la Asociación
	Número de cargos	1
RESÚMEN DEL CARGO		
Desarrollar actividades con los colaboradores y clientes de la asociación a guiar, apoyar y capacitar sobre el cultivo, producción de la agricultura.		
FUNCIONES DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> • Elabora cronograma de actividades de las reuniones y eventos • Elabora informes periódicos de las actividades realizadas. • Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía. • Planifica y coordina talleres de capacitación a los clientes y colaboradores • Supervisa y controla el personal a su cargo. • Cumple con las normas y procedimientos de seguridad integral estipulada • Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía. 		
PERFIL REQUERIDO		
Nivel de instrucción:	Experiencia:	
Ing. en agronomía o agropecuaria y ser bilingüe	Mínima 1 años en cargos similares	
COMPETENCIAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en el manejo de los cultivos de cacao y café • Cultura y Cambio: respetar y valorar la cultura existente en la asociación, pero también saber cómo hacerla evolucionar. • Socio del Negocio: entender el negocio y el contexto general de la Asociación. • Amabilidad, confianza, buenas relaciones con los colaboradores y clientes de la Asociación. 		

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Tabla 5-18: Manual de funciones obreros

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
	Nombre del puesto:	Obrero
	Nombre del área:	Producción
	Dependencia	Gerente
	Supervisa:	Jefe de Producción
	Número de cargos	2
RESÚMEN DEL CARGO		
<p>Es el responsable de organizar, realizar y llevar el control de todas las actividades que se realicen en el área de producción procurando la optimización de los recursos del centro de acopio.</p>		
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de maquinaria necesaria para la producción. • Preparación de materia prima y almacenamiento de materia • Controlar las salidas del producto • comunicar a los socios sobre asuntos del producto • cumplir con los horarios de trabajo • Mantener limpia el área de acopio • Y las demás funciones que dispongan el inmediato superior. 		
PERFIL REQUERIDO		
Nivel de instrucción:	Experiencia:	
Título de tercer nivel Bachiller	Mínima 1 año en cargos similares	
COMPETENCIAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad e iniciativa para las labores a su cargo. • Proactivo para el desempeño de actividades • Requiere de esfuerzo físico • Trabajo sujeto a presión • Habilidad numérica para llevar el control de los pesos de los granos secos 		

Fuente: Investigación de campo, (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.5. Estudio técnico

5.8.5.1. Macro localización

Tixán es una parroquia rural del cantón Alausí de la provincia de Chimborazo su asentamiento fue desde antes de que los españoles iniciaran la conquista, mismo que al establecerse la colonia fue puesto bajo la jurisdicción de la Tenencia de Alausí, levantando a unos 5 kilómetros al sur de su asentamiento actual, el pueblo de Tixán tuvo una vida de 155 años hasta que fue destruido casi en su totalidad por el terremoto de 1689, posteriormente, los sobrevivientes de dicho desastre, conducidos por el sacerdote Francisco Rodríguez Hernández, se trasladaron a la llanura de Pancarbamba y levantaron la nueva población, en el sitio que ocupa actualmente. Durante la colonia y los primeros años de la Republica fue acrecentando su actividad comercial y sobre todo la minería, por lo que en 1874 el presidente García Moreno entregó a ella las afamadas minas de azufre, con el propósito de que su explotación sirva para el desarrollo social de la población, destinando los ingresos provenientes de ellas para la construcción de obras de infraestructura básica, como escuelas, parques, edificios públicos, etc.

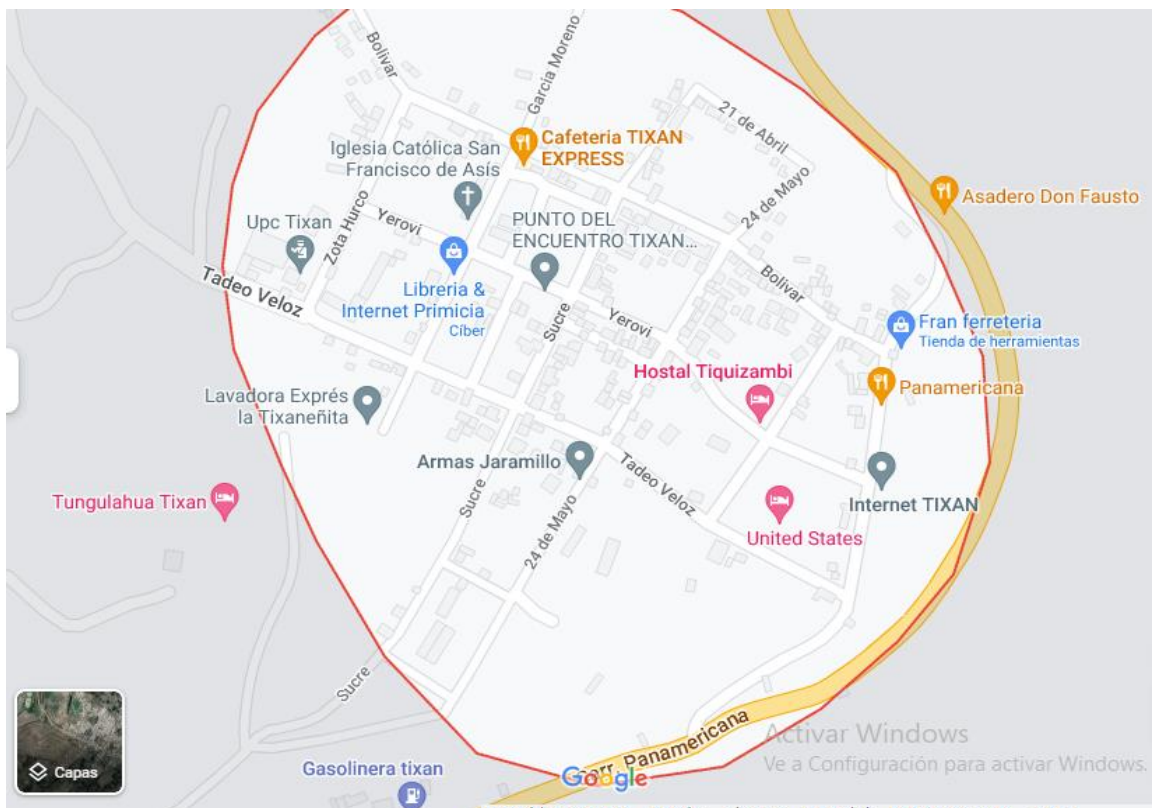


Ilustración 5-8: Macro Localización

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.5.2. *Micro localización*

En la selección de la micro localización se presentan alternativas de acuerdo a varios factores específicos que influirán en la operación del proyecto, como son:

- Cercanía a proveedores y productores de cereales y harinas.
- Cercanía a los clientes y competencia.
- Facilidad de acceso a vías y caminos de circulación de vehículos de carga.
- Cercanía de empresas públicas y privadas para gestiones administrativas.
- Disponibilidad de edificios de arriendo y/o terreno para construcción

De acuerdo con lo señalado, se tienen:

Esta alternativa es factible puesto que está ubicado en un lugar estratégico para la creación de un centro de acopio en el barrio Bolívar siendo esto una vía de acceso tanto para los productores como para los consumidores con vías accesibles como se muestra en la siguiente ilustración.



Ilustración 5-9: Micro localización

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.5.3. *Proceso y procedimiento*

El presente centro de acopio se basa en analizar cada una de las actividades de forma técnica sin evadir procesos que afecten a la producción, credibilidad del centro de acopio, por ende, este proceso se plantea de forma detallada la cual se basa directamente en analizar el proceso de acopio y venta del producto donde cumpla altos estándares de calidad.

Procedimiento

Tabla 5-19: Procedimientos

1) Adquisición de materia prima.	Compra de cebada por quintales a los productores.
2) Selección de cebada.	Tipo de cebada que se va adquirir y si estas cumplen los requisitos para el acopio.
3) Escoger y revisar.	El personal realizará la limpieza y evaluación de granos destinados para el ensacado, evitando enviar el producto con piedras y basuras pequeñas.
4) Ensacado.	Recolectar y ensacar el producto seleccionado después de la limpieza profunda.
5) Almacenado.	Enviar el producto al área de almacenamiento y preparación para la distribución.
6) Venta del producto	Este proceso se desarrollará con la distribución del producto hacia los mercados demandantes del mismo.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Proceso de acopio de cebada

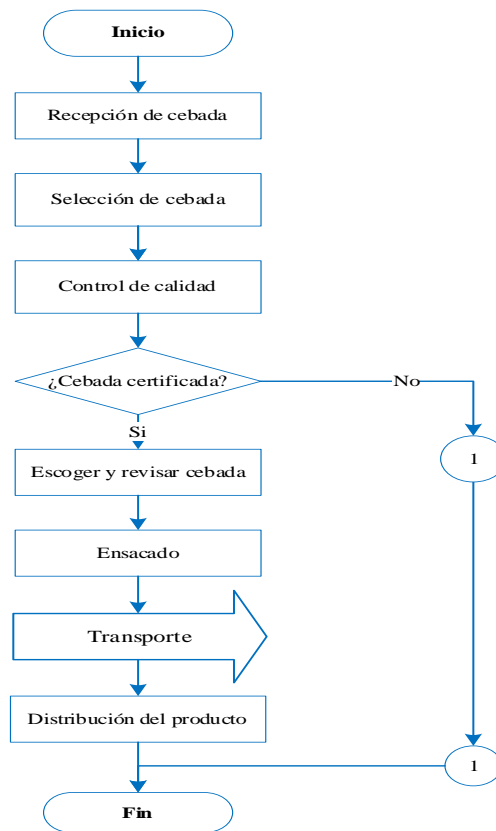


Ilustración 5-10: Acopio de cebada

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.5.4. Capacidad de planta

La capacidad instalada del proyecto se realizará en base a los factores que ayude a conocer directamente la cantidad exacta que se puede empezar a vender y acopiar la cebada, dentro de ellos se analiza el 78% de demanda insatisfecha, es por ende que las proyecciones tendrán el mismo impacto y para ello se muestra la siguiente tabla.

Tabla 5-20: Capacidad instalada

Año	Demanda	Oferta	D.I	A CUBRIR	
					78,0%
1	39.948	3.877	36.071	28.135	
2	40.459	4.086	36.373	28.371	
3	40.977	4.307	36.670	28.603	
4	41.502	4.539	36.962	28.831	
5	42.033	4.785	37.248	29.054	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.5.5. Distribución de la planta

La construcción del proyecto del Centro de Acopio de cebada de Tixán consta de 7 áreas

1. Paso a recepción.
2. Administración.
3. Acopio.
4. Limpieza.
5. Control de calidad.
6. Bodega.
7. Área de carga.

Estas áreas en su conjunto abarcan 320 m². Adicionalmente, esta opción está diseñada para acopio de cebada, con un debido proceso de selección. El diseño para la construcción cuenta con una sola planta, lo cual facilitará los procesos de acopio y selección de la cebada de producción, así como la agilización de todos los procesos administrativos los cuales optimizará los recursos del proyecto y este debe tener.

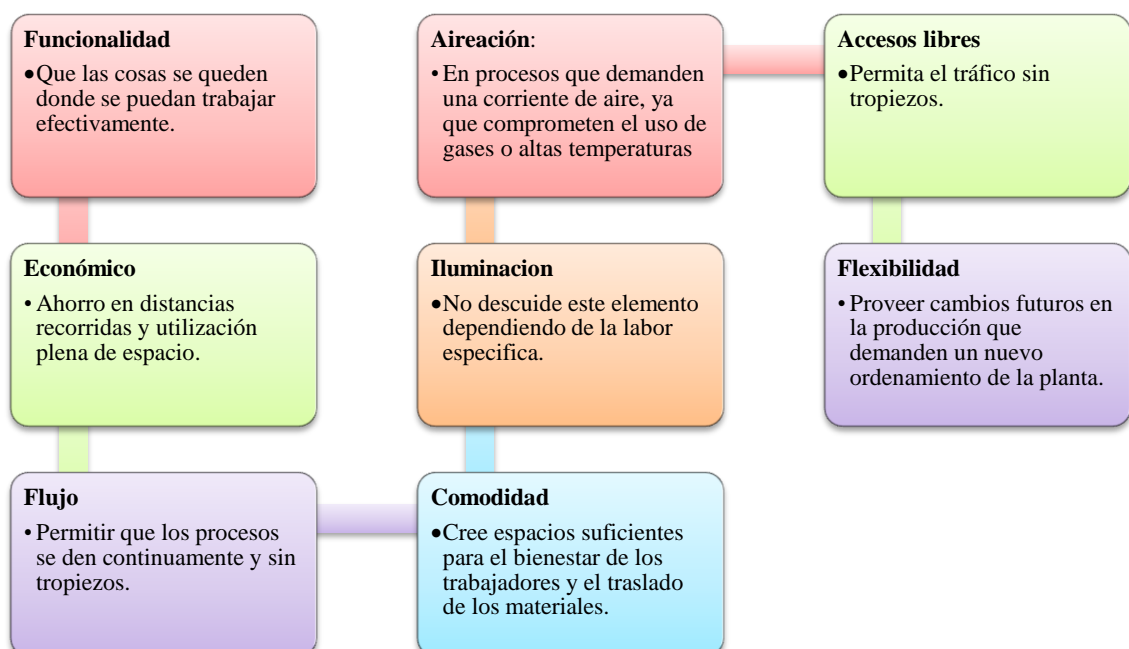


Ilustración 5-11: Distribución de la planta

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

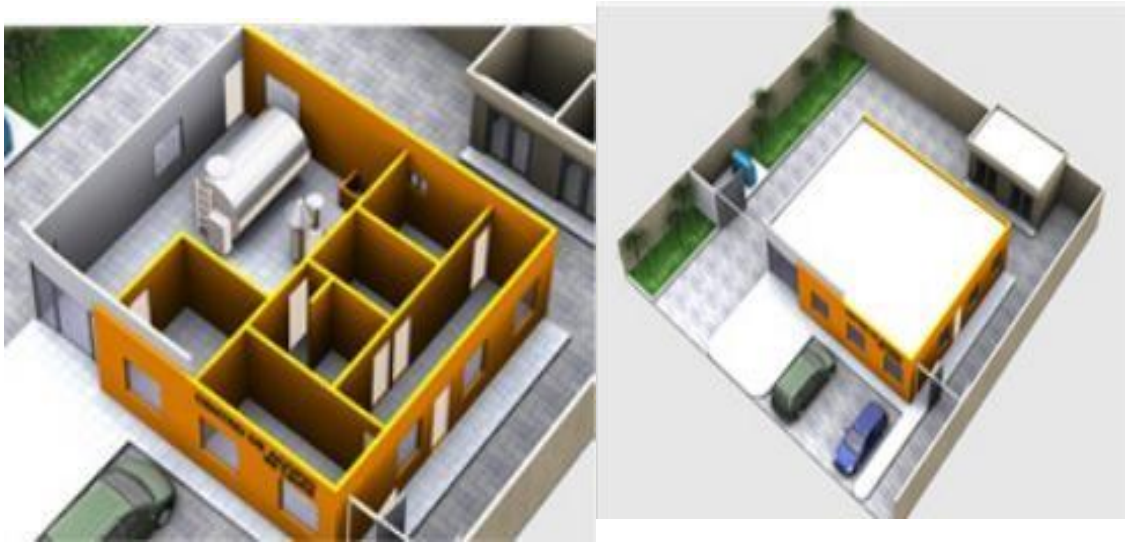


Ilustración 5-12: Distribución Espacial del Centro de Acopio (Diseño Final)

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

El centro de acopio podrá ajustarse a las necesidades propias del lugar específico, respecto a la capacidad de almacenamiento.



Ilustración 5-13: Diseño del centro de acopio

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.5.6. Presupuesto del proyecto para el funcionamiento del centro de acopio

Tabla 5-21: Terreno

Descripción	Cantidad x unidad	Precio unitario	Precio Total
TERRENO			<u>12.000,00</u>
Valor comercial del terreno (m2)	400,00	30,00	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Tabla 5-22: Cotización

Rubro / Descripción	Unidades	Cant x Unid	Precio Unitario	Precio Total
Replanteo y nivelación	M2	300,00	1,21	363,00
Excavación a máquina incluye desalojo	M3	120,00	3,64	436,80
Relleno compactado de mejoramiento, capas de 20cm	M3	109,88	8,76	962,55
S.c sub-base clase 3	M3	79,70	10,90	868,73
Base clase 2	M3	79,70	10,10	804,97
Contrapiso de hormigón simple	M2	110,00	8,64	950,40
Sum.+ inst. Malla electrosoldada para contrapiso 15*15*5.5mm	M2	120,00	6,04	724,80
Porcelanato de piso 50*50cm	M2	80,00	10,43	834,40
Cimiento de h. Ciclopeo 60% h.s 40% p f'c=180kg/cm2	M3	57,30	14,68	841,16
Hormigón simple en vigas f'c=210kg/cm2, incl encofrado y desencofrado	M3	6,00	120,90	725,40
Hormigón simple en muro f'c=240kg/cm2 inc. Encofrado y desencofrado	M3	17,00	40,00	680,00
Cerámica de pared 30*30cm	M2	68,40	12,94	885,10
Contrapiso de hormigón simple	M2	32,00	30,72	983,04
Sumi. Y colocación de adoquinado ornamental vibroprensado a color f'c= 350 kg/cm2, incl encamado de arena y emporado	M2	82,48	11,70	965,02
Bordillos de h.s, f'c=210 kg/cm2 b=0.15 h = 40 cm	M	137,63	5,85	805,14
Colocación + inst. Y puesta en marcha de cuarto de máquinas de piscina, inc. Inyectores, desnatador, bombas, clorador, skimmer, tub. Y accesorios	U	1,00	144,24	144,24
Bordillos de h.s, f'c=210 kg/cm2 b=0.15 h = 40 cm	M	74,00	11,85	876,90
Aceras de h.s. f'c=180kg/cm2 e=7cm, incluye pigmento de piso y molde	M2	105,00	9,15	960,75

Cimiento de h. Ciclopeo 60% h.s 40% p f'c=180kg/cm2	M3	14,20	55,68	790,66
Cerramiento tubo h.g 2"-malla electrosoldada h=2.00m	M2	85,00	8,60	731,00
Colocación de árbol autóctono /ornamental	U	6,00	120,22	721,32
Hormigón simple en columnas	M3	4,20	128,40	539,28
Sumistro + instalación de toboganes para piscina	U	2,00	182,23	364,46
Relleno con material de kilo	M3	78,20	11,78	921,20
Hierro estructural fy=4200 kg/cm2	Kg	172,25	2,45	422,01
TOTAL:				<u>18302,31</u>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Tabla 5-23: Maquinaria y Equipo

Descripción	Unidad	Cantidad x Unidad	Precio Unitario	Precio Total
MAQUINARIA Y EQUIPO				<u>3615,00</u>
Medidor de humedad	1	90,00	90,00	
Balanza Gramera	1	668,00	668,00	
Banda transportadora saco	1	1100,00	1100,00	
Cosedora de saco	1	387,00	387,00	
Ventiladores	2	125,00	250,00	
Maquina banda	1	500,00	500,00	
Maquina etiquetadora	1	500,00	500,00	
Balanza electrónica	1	120,00	120,00	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023

Tabla 5-24: Útiles de oficina

Descripción	Unidad	Cantidad x Unidad	Precio Unitario	Precio Total
ÚTILES DE OFICINA				<u>496,50</u>
Sillas	45	2,50	112,50	
Mesas	2	60,00	120,00	
Tachos de basura	8	8,00	64,00	
Botiquín médico	1	100,00	100,00	
Mesón	1	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Tabla 5-25: Vehículo

Descripción	Unidad	Cantidad x Unidad	Precio Unitario	Precio Total
VEHÍCULO				<u>3000,00</u>
Montecarga	1	3000,00	3000,00	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Tabla 5-26: Equipo de cómputo

Descripción	Unidad	Cantidad x Unidad	Precio Unitario	Precio Total
EQUIPO DE CÓMPUTO				<u>700,00</u>
Computadora e impresora	1	700,00	700,00	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Tabla 5-27: Muebles y Enseres

Descripción	Unidad	Cantidad x Unidad	Precio Unitario	Precio Total
MUEBLES Y ENSERES				<u>430,00</u>
Archivadores	2	20,00	40,00	
Aspiradora	1	40,00	40,00	
Escritorios	2	70,00	140,00	
Perchas	2	60,00	120,00	
Sillas ejecutivas	1	40,00	40,00	
Sillones de espera	1	50,00	50,00	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.6. Estudio económico financiero

Mediante la aplicación de un estudio económico financiero se determina la lista de inversiones que se necesita para la creación y el funcionamiento del centro de acopio de cebada.

5.8.6.1. Inversión fija

Los activos fijos son todos aquellos activos los cuales tiene una vida útil de más de 1 año, y que son necesarios para la realización diaria de actividades dentro de la organización y estos están detallados en las tablas maquinaria, equipo de cómputo y útiles de oficina, terreno, muebles y enseres, vehículo, mismos que se detalla los precios para dar un buen funcionamiento al centro de acopio lo cual asciende a un monto de \$ 38.543,81 dólares.

Tabla 5-28: Inversión fija

Descripción	Valor Total
Edificios Y Obras De Ingeniería Civil	\$ 18.302,31
Terreno	\$ 12.000,00
Maquinaria y Equipos (Producción)	\$ 3.615,00
Muebles y Enseres	\$ 430,00
Equipo de Cómputo	\$ 700,00
Útiles De Oficina	\$ 496,50
Vehículo	\$ 3.000,00
TOTAL INVERSIONES FIJAS	<u>\$ 38.543,81</u>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.6.2. *Inversión diferida*

Las inversiones diferidas dentro del proyecto se consideran a los servicios o bienes intangibles que son muy necesarios para el estudio y ejecución, mismo que permite el desarrollo del proyecto por el monto de \$304,23, siendo sujeto a amortización por lo tanto tienden a ser recuperados con el tiempo después de iniciar su funcionamiento.

Tabla 5-29: Inversión diferida

Descripción	Unidad	Cantidad x Unidad	Precio Unitario	Precio Total
INVERSIONES ACTIVO INTANGIBLE				<u>304,23</u>
Trámites en MINITUR Y MAE	1	20,00	20,00	
Patente	1	50,00	50,00	
Marca	1	30,00	30,00	
Capacitación	1	100,00	100,00	
Permiso bomberos (año 2023)	1	54,23	54,23	
Instalación de equipos	1	50,00	50,00	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.6.3. *Capital del trabajo*

El Capital de Trabajo está conformado por el conjunto de recursos considerados los más prioritarios para iniciar la creación del centro de acopio, constituyendo la cantidad de bienes o servicios, por lo tanto, el capital asciende a un monto de \$ 12.475,73 como se detalla en la siguiente tabla

Tabla 5-30: Capital de Trabajo

Descripción		Valor Total
MATERIALES		<u>\$ 9.195,55</u>
Costo de Materia Prima	\$ 9.195,55	
MANO DE OBRA DIRECTA		<u>\$ 575,18</u>
Mano de obra directa	\$ 575,18	
COSTOS INDIRECTOS		<u>75,00</u>
Costos Indirectos de fabricación	75,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		<u>2550,00</u>
Gerente general	\$ 700,00	
Secretaria	\$ 450,00	
Contador	\$ 450,00	
Bodeguero	\$ 450,00	
Asistencia técnica	\$ 500,00	
GASTOS DE VENTAS		<u>80,00</u>
Valla Publicitaria	80,00	
TOTAL CAPITAL DEL TRABAJO		<u>\$ 12.475,73</u>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.6.4. Resumen de la inversión

Para la creación del centro de acopio las inversiones tendrán un monto de \$ 51.323,77 como se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 5-31: Resumen de la inversión

Rubro	Valor
Inversión Fija	\$ 38.543,81
Inversión Diferida	\$ 304,23
Capital de Trabajo	\$ 12.475,73
INVERSIÓN TOTAL	\$ 51.323,77

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.6.5. Financiamiento

Dentro del estudio se considera oportuno desarrollar un préstamo a una institución financiera considerando que el capital a aportar sería de \$ 30.794 representando en el 60% de la inversión total, el financiamiento se realizará mediante la entidad bancaria BanEcuador con el 40% de inversión mediante un crédito

Tabla 5-32: Estructura del financiamiento

Estructura De Financiamiento		
Capital Propio	\$ 30.794	60%
Capital de Terceros	\$ 20.530	40%
TOTAL	\$ 51.324	100%

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Para el préstamo bancario se considera una tabla de amortización de 5 años considerando la vida útil de un proyecto, dicha tabla considera las cuotas o letras que se deberá pagar a la institución bancaria por un monto de \$ 20.530 dólares, con una tasa de interés del 11,26%, siendo esta la tasa activa más alta del BanEcuador.

Tabla 5-33: Tabla de amortización

Préstamo:	\$ 20.530			
Tasa Interés:	11,26%			
Plazo:	5			
TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
Período	Pago Capital	Pago Interés	Cuota	Saldo
0				\$ 20.530
1	\$ 3.279,43	\$ 2.311,62	\$ 5.591,05	\$ 17.250,08
2	\$ 3.648,69	\$ 1.942,36	\$ 5.591,05	\$ 13.601,39
3	\$ 4.059,54	\$ 1.531,52	\$ 5.591,05	\$ 9.541,85
4	\$ 4.516,64	\$ 1.074,41	\$ 5.591,05	\$ 5.025,21
5	\$ 5.025,21	\$ 565,84	\$ 5.591,05	\$ 0,00

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.6.6. Costos de producción

Los costos de producción son parte de la elaboración del acopio de cebada dentro del cual se establece que tanto como la Materia Prima y Costos Indirectos de Fabricación tendrán una tasa de crecimiento, misma que corresponde a la tasa de inflación en el año 2023 que es de 0,12% y se plantea para los años venideros dando como resultado en el año 1 \$ 126.670,83 y en el año 5 \$ 154.108,42 y esto se refleja en la siguiente tabla

Tabla 5-34: Costos de producción

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 116.305,32	\$ 122.732,91	\$ 129.360,48	\$ 136.345,95	\$ 143.708,63
Costo Materia Prima	\$ 116.305,32	\$ 122.732,91	\$ 129.360,48	\$ 136.345,95	\$ 143.708,63
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 6.902,10	\$ 6.910,38	\$ 6.918,67	\$ 6.926,98	\$ 6.935,29
MOD	\$ 6.902,10	\$ 6.910,38	\$ 6.918,67	\$ 6.926,98	\$ 6.935,29
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 900,00	\$ 901,08	\$ 901,08	\$ 901,08	\$ 901,08
CIF	\$ 900,00	\$ 901,08	\$ 901,08	\$ 901,08	\$ 901,08

DEPRECIACIONES	\$ 2.563,42	\$ 2.563,42	\$ 2.563,42	\$ 2.563,42	\$ 2.563,42
Depreciaciones Equipos	\$ 2.563,42	\$ 2.563,42	\$ 2.563,42	\$ 2.563,42	\$ 2.563,42
TOTAL	\$ 126.670,83	\$ 133.107,78	\$ 139.743,65	\$ 146.737,42	\$ 154.108,42

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.6.7. Gastos administrativos

Los gastos de administración en el presente proyecto son considerados todos los colaboradores que no forman parte directa del proceso de acopio, pero juegan un papel importante en que el producto sea de calidad, de esta forma el monto en el primer año es de \$ 38.811,90 y en el quinto muestra \$ 52.826,88 dólares, mismos que se muestra a continuación

Tabla 5-35: Gastos administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente general	10486,60	11433,28	12379,96	13326,63	14273,31
Secretaria	6902,10	7525,19	8148,27	8771,36	9394,45
Contador	6902,10	7525,19	8148,27	8771,36	9394,45
Vendedores	6902,10	7525,19	8148,27	8771,36	9394,45
Asistencia técnica	7619,00	8306,81	8994,61	9682,42	10370,22
TOTAL	\$ 38.811,90	\$ 42.315,64	\$ 45.819,39	\$ 49.323,13	\$ 52.826,88

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.6.8. Gastos de venta

Los gastos y ventas se relacionan con la publicidad a ocupar con el fin de dar a conocer el producto y la empresa, los cuales ascienden a \$ 80,00 al primer año y al quinto es de \$ 80,38 como se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 5-36: Gasto de venta

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Redes sociales	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Valla Publicitaria	\$ 80,00	\$ 80,10	\$ 80,19	\$ 80,29	\$ 80,38
TOTAL	\$ 80,00	\$ 80,10	\$ 80,19	\$ 80,29	\$ 80,38

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.6.9. Gastos financieros

El gasto financiero es la cuota anual que se cancelará por el préstamo desarrollado al BanEcuador como se muestra a continuación:

Tabla 5-37: Gastos financieros

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses del Préstamo	\$ 2.311,62	\$ 1.942,36	\$ 1.531,52	\$ 1.074,41	\$ 565,84
TOTAL	\$ 2.311,62	\$ 1.942,36	\$ 1.531,52	\$ 1.074,41	\$ 565,84

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.6.10. *Ingresos*

Se comparará la cebada de los productores a un precio de \$40 dólares con la finalidad de acopiarlo revisar y limpiar el producto para que este sea de calidad. Al realizar el proceso de limpieza de cebada se sumará al precio original de adquisición \$10 dólares por añadir el valor agregado al producto, comercializándolo a un precio de \$50 dólares, mismo que constituye un ingreso, como se detalla a continuación.

Tabla 5-38: Ingresos

Producto	Precio Unitario	Proyección Ingresos (Demanda Insatisfecha)				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cebada	50,00	3.877	4.086	4.307	4.539	4.785
		\$193.842,19	\$204.309,67	\$215.342,39	\$226.970,88	\$239.227,31
TOTAL		\$ 193.842,19	\$ 204.309,67	\$ 215.342,39	\$ 226.970,88	\$ 239.227,31

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.6.11. *Estado de resultados*

Una vez realizado los costos, gastos y las ventas se desarrolla el estado de pérdidas y ganancias, mismo que consta de un documento detallado de los ingresos y gastos del centro de acopio para poder cubrir deudas con terceros en un periodo determinado. Por lo tanto, el estado de resultados para el primer año es de \$ 15.580,70 y el quinto año es de \$ 18.987,48.

Tabla 5-39: Estado de resultados

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ 193.842,19	\$ 204.309,67	\$ 215.342,39	\$ 226.970,88	\$ 239.227,31
- Costo de Producción	-\$ 126.670,83	-\$ 133.107,78	-\$ 139.743,65	-\$ 146.737,42	-\$ 154.108,42
= Utilidad Bruta	\$ 67.171,36	\$ 71.201,89	\$ 75.598,74	\$ 80.233,46	\$ 85.118,90
- Gastos de Administración	-\$ 38.811,90	-\$ 42.315,64	-\$ 45.819,39	-\$ 49.323,13	-\$ 52.826,88
- Gastos de Ventas	-\$ 80,00	-\$ 80,10	-\$ 80,19	-\$ 80,29	-\$ 80,38
- Gastos Financieros	-\$ 2.311,62	-\$ 1.942,36	-\$ 1.531,52	-\$ 1.074,41	-\$ 565,84
= Utilidad antes de Impuestos	\$ 25.967,84	\$ 26.863,79	\$ 28.167,64	\$ 29.755,63	\$ 31.645,79
- 15% Participación Trabajadores	-\$ 3.895,18	-\$ 4.029,57	-\$ 4.225,15	-\$ 4.463,34	-\$ 4.746,87
- Impuesto a la Renta	-\$ 6.491,96	-\$ 6.715,95	-\$ 7.041,91	-\$ 7.438,91	-\$ 7.911,45
= Utilidad Neta	\$ 15.580,70	\$ 16.118,27	\$ 16.900,59	\$ 17.853,38	\$ 18.987,48

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.6.12. Balance general

El balance general dentro del centro de acopio es un reporte financiero que refleja la situación y la forma de cómo está conformado por las cuentas de activo (lo que la empresa posee), pasivo (deudas) y el patrimonio que es parte esencial de la información de una empresa ya que reflejan la situación económica generado en cada uno de los años de proyección brindando información correcta para la toma de decisiones.

Tabla 5-40: Balance general

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 12.475,73	\$ 27.401,26	\$ 42.495,10	\$ 57.960,42	\$ 73.921,42	\$ 90.507,94
Caja	\$ 12.475,73	\$ 27.401,26	\$ 42.495,10	\$ 57.960,42	\$ 73.921,42	\$ 90.507,94
ACTIVO FIJO	\$ 38.543,81	\$ 35.980,40	\$ 33.416,98	\$ 30.853,57	\$ 28.290,15	\$ 25.726,74
EDIFICIOS Y OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL	\$ 30.302,31	\$ 30.302,31	\$ 30.302,31	\$ 30.302,31	\$ 30.302,31	\$ 30.302,31
MAQUINARIA Y EQUIPOS (PRODUCCIÓN)	\$ 3.615,00	\$ 3.615,00	\$ 3.615,00	\$ 3.615,00	\$ 3.615,00	\$ 3.615,00
Muebles y Enseres	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00	\$ 430,00
Equipo de computo	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
UTILES DE OFICINA	\$ 496,50	\$ 496,50	\$ 496,50	\$ 496,50	\$ 496,50	\$ 496,50
VEHICULO	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
- Depreciaciones	\$ 0,00	-\$ 2.563,42	-\$ 5.126,83	-\$ 7.690,25	-\$ 10.253,66	-\$ 12.817,08
ACTIVO DIFERIDO	\$ 304,23	\$ 243,38	\$ 182,54	\$ 121,69	\$ 60,85	\$ 0,00
Gastos diferidos	\$ 304,23	\$ 304,23	\$ 304,23	\$ 304,23	\$ 304,23	\$ 304,23
- Amortizaciones	\$ 0,00	-\$ 60,85	-\$ 121,69	-\$ 182,54	-\$ 243,38	-\$ 304,23
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 51.323,77	\$ 63.625,04	\$ 76.094,63	\$ 88.935,68	\$ 102.272,41	\$ 116.234,68
PASIVO	\$ 20.529,51	\$ 17.250,08	\$ 13.601,39	\$ 9.541,85	\$ 5.025,21	\$ 0,00
Corriente	\$ 3.279,43	\$ 3.648,69	\$ 4.059,54	\$ 4.516,64	\$ 5.025,21	\$ 0,00
No Corriente	\$ 17.250,08	\$ 13.601,39	\$ 9.541,85	\$ 5.025,21	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 30.794,26	\$ 46.374,97	\$ 62.493,24	\$ 79.393,82	\$ 97.247,20	\$ 116.234,68
Capital	\$ 30.794,26	\$ 30.794,26	\$ 30.794,26	\$ 30.794,26	\$ 30.794,26	\$ 30.794,26
Resultados del Ejercicio	\$ 0,00	\$ 15.580,70	\$ 16.118,27	\$ 16.900,59	\$ 17.853,38	\$ 18.987,48
Resultados Acumulados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 15.580,70	\$ 31.698,98	\$ 48.599,56	\$ 66.452,94
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 51.323,77	\$ 63.625,04	\$ 76.094,63	\$ 88.935,68	\$ 102.272,41	\$ 116.234,68

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.6.13. Flujo neto del efectivo

El flujo neto de efectivo permite conocer los movimientos de los ingresos y gastos, en cada año de vida útil del proyecto una vez ejecutado por lo que se observa que para el primer año el monto es de \$ 14.925,54 y el quinto es de \$ 30.313,26 dólares.

Tabla 5-41: Flujo neto del efectivo

RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas		\$ 193.842,19	\$ 204.309,67	\$ 215.342,39	\$ 226.970,88	\$ 239.227,31
- Costo de Producción		-\$ 126.670,83	-\$ 133.107,78	-\$ 139.743,65	-\$ 146.737,42	-\$ 154.108,42
= Utilidad Bruta		\$ 67.171,36	\$ 71.201,89	\$ 75.598,74	\$ 80.233,46	\$ 85.118,90
- Gastos de Administración		-\$ 38.811,90	-\$ 42.315,64	-\$ 45.819,39	-\$ 49.323,13	-\$ 52.826,88
- Gastos de Ventas		-\$ 80,00	-\$ 80,10	-\$ 80,19	-\$ 80,29	-\$ 80,38
- Gastos Financieros (Intereses)		-\$ 2.311,62	-\$ 1.942,36	-\$ 1.531,52	-\$ 1.074,41	-\$ 565,84
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 25.967,84	\$ 26.863,79	\$ 28.167,64	\$ 29.755,63	\$ 31.645,79
- 15% Participación Trabajadores		-\$ 3.895,18	-\$ 4.029,57	-\$ 4.225,15	-\$ 4.463,34	-\$ 4.746,87
- Impuesto a la Renta		-\$ 6.491,96	-\$ 6.715,95	-\$ 7.041,91	-\$ 7.438,91	-\$ 7.911,45
= Utilidad Neta		\$ 15.580,70	\$ 16.118,27	\$ 16.900,59	\$ 17.853,38	\$ 18.987,48
+ Depreciaciones		\$ 2.563,42	\$ 2.563,42	\$ 2.563,42	\$ 2.563,42	\$ 2.563,42
+ Amortizaciones		\$ 60,85	\$ 60,85	\$ 60,85	\$ 60,85	\$ 60,85
- Pago Préstamo (Capital)		-\$ 3.279,43	-\$ 3.648,69	-\$ 4.059,54	-\$ 4.516,64	-\$ 5.025,21
+ Valor de Salvamento						\$ 13.726,74
- Inversiones						
Fija	-\$ 38.543,81					
Diferida	-\$ 304,23					
Capital de Trabajo	-\$ 12.475,73					
= Flujo Neto de Efectivo	-\$ 51.323,77	\$ 14.925,54	\$ 15.093,84	\$ 15.465,31	\$ 15.961,00	\$ 30.313,26

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

5.8.6.14. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio me permite conocer cuál es la cantidad de quintales que debo vender para satisfacer mis costos dentro de un periodo de tiempo captando nuevos clientes los cuales ayudan a verificar las unidades a ser comercializadas para que la organización se mantenga en el mercado y el monto de dinero que solventara los costos y gastos de las actividades del centro de acopio

Tabla 5-42: Punto de equilibrio año 1

RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 126.670,83		\$ 133.107,78		\$ 139.743,65		\$ 146.737,42		\$ 154.108,42
Gastos Administrativos	\$ 38.811,90		\$ 42.315,64		\$ 45.819,39		\$ 49.323,13		\$ 52.826,88	
Gastos de Ventas		\$ 80,00		\$ 80,10		\$ 80,19		\$ 80,29		\$ 80,38
Gastos Financieros	\$ 2.311,62		\$ 1.942,36		\$ 1.531,52		\$ 1.074,41		\$ 565,84	
TOTALES	\$ 41.123,52	\$ 126.750,83	\$ 44.258,00	\$ 133.187,88	\$ 47.350,90	\$ 139.823,85	\$ 50.397,55	\$ 146.817,71	\$ 53.392,72	\$ 154.188,80
Ventas	\$ 193.842,19		\$ 204.309,67		\$ 215.342,39		\$ 226.970,88		\$ 239.227,31	
Punto de Equilibrio	118815		127139		135022		142711		150202	
PE sobre Ventas (%)	61%		62%		63%		63%		63%	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

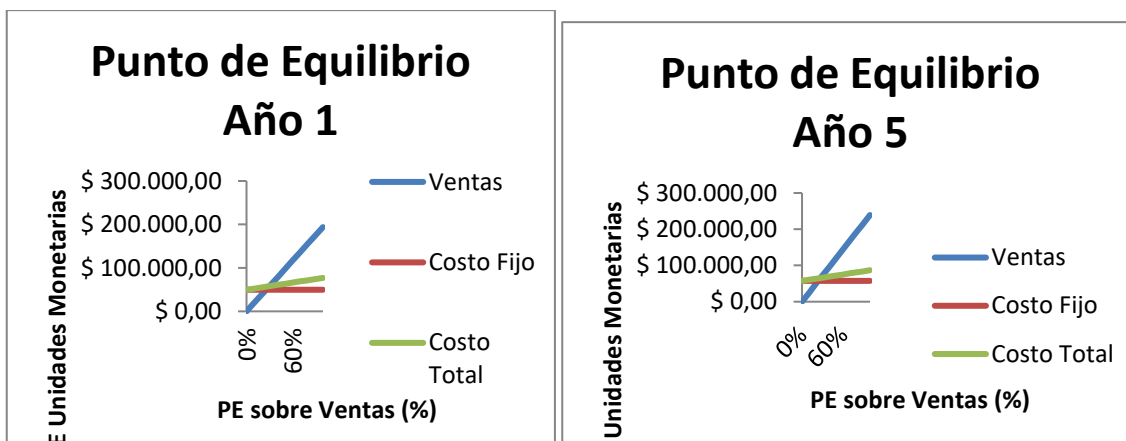


Ilustración 5-14: Punto de equilibrio año 1

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

Análisis: Desde el año 1 al 5 del proyecto el punto de equilibrio tiene una tendencia del 61% hasta el 63% por lo que mediante la comercialización y proceso de cebada se pretende introducir en nuevos mercados creando aliados estratégicos para cubrir la demanda.

5.8.7. Evaluación económica financiera

5.8.7.1. Valor Actual Neto

Tabla 5-43: Determinación de tasa de descuento

Descripción	Estructura de financiamiento	% Banco Central	Ponderación
Capital propio (aportación de los socios)	60%	7,05%	4,23%
Crédito (Ban Ecuador)	40%	11,26%	4,50%
Riesgo de Inversión			5%
Total			13,73%

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Martínez, C. 2020

Mediante el análisis de la tabla anterior se puede ver el cálculo estipulado para determinar la tasa de descuento el cual es de 13,73%, considerado el 40% de crédito y como capital de 60% a un riesgo de inversión de 5%.

Tabla 5-44: Valor actual neto

TASA DE DESCUENTO: 13,73%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 51.323,77	1,000000	-\$ 51.323,77	-\$ 51.323,77
1	\$ 14.925,54	0,879245	\$ 13.123,20	-\$ 38.200,57
2	\$ 15.093,84	0,773071	\$ 11.668,61	-\$ 26.531,96
3	\$ 15.465,31	0,679718	\$ 10.512,06	-\$ 16.019,90
4	\$ 15.961,00	0,597639	\$ 9.538,91	-\$ 6.480,99
5	\$ 30.313,26	0,525471	\$ 15.928,73	\$ 9.447,74

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

$$VAN = (-)Inversión Inicial + \frac{FNA \text{ año } 1}{(1+i)^1} \dots \dots \dots \frac{FNA \text{ año } n}{(1+i)^n}$$

VAN= \$ 9.447,74

Luego de realizar el procedimiento para la obtención del valor actual neto podemos observar que el VAN es viable, al poseer un valor positivo de \$ 9.447,74 siendo mayor a cero.

5.8.7.2. *Tasa Interna de Retorno*

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2}$$

TIR= 20,34%

La tasa interna de retorno es de 20,34%, mayor a la tasa de descuento por lo que se concluye que el proyecto es rentable.

5.8.7.3. *Periodo de Recuperación de la Inversión***Tabla 5-45:** Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 51.323,77	1,000000	-\$ 51.323,77	-\$ 51.323,77
1	\$ 14.925,54	0,879245	\$ 13.123,20	-\$ 38.200,57
2	\$ 15.093,84	0,773071	\$ 11.668,61	-\$ 26.531,96
3	\$ 15.465,31	0,679718	\$ 10.512,06	-\$ 16.019,90
4	\$ 15.961,00	0,597639	\$ 9.538,91	-\$ 6.480,99
5	\$ 30.313,26	0,525471	\$ 15.928,73	\$ 9.447,74

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

$$PRI = \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \wedge \left\{ \left(\frac{\text{Último Negativo FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del año siguiente}} \right) * 12 \right\}$$

$$PRI = 4\Lambda\{| - 6.480,99/15.928,73| * 12\}$$

$$PRI = 4,5$$

PRI= 4 años, 5 meses

El periodo de recuperación de la inversión es extenso debido a la cantidad de dinero que se ha invertido, el cual es de 4 años 5 meses considerado inferior a la vida útil del proyecto.

5.8.7.4. Relación Beneficio Costo

Tabla 5-46: Relación beneficio Costo

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 51.323,77	\$ 0,00	-\$ 51.323,77
1	0,879245	\$ 14.925,54		\$ 13.123,20	\$ 0,00
2	0,773071	\$ 15.093,84		\$ 11.668,61	\$ 0,00
3	0,679718	\$ 15.465,31		\$ 10.512,06	\$ 0,00
4	0,597639	\$ 15.961,00		\$ 9.538,91	\$ 0,00
5	0,525471	\$ 30.313,26		\$ 15.928,73	\$ 0,00
				\$ 60.771,51	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Romero, L. 2023.

$$RB/C = \frac{\text{SUMA DE INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{SUMA DE EGRESOS ACTUALIZADOS + INVERSIÓN}}$$

$$RB/C = \frac{\$ 60.771,51}{0,00 + 51.323,77}$$

$$RB/C = 1.18$$

Dentro de la relación costo-beneficio se observa que, por cada dólar invertido en el proyecto, se obtendrá una utilidad de 0,18 centavos, considerando una inversión rentable desde el punto de vista económico-financiero, además el proyecto es factible para su ejecución sin ocasionar la pérdida de recursos.

CONCLUSIONES

- La producción de cebada dentro de la parroquia Tixan está conformado por 100 productores los cuales producen de 5 hasta 100 quintales los que son comercializados una vez al año en los diferentes mercados donde son especulados los precios por los intermediarios en niveles inferiores al costo de cultivo de dicho producto afectando la economía del agricultor.
- Para el desarrollo de la creación del centro de acopio se determina como estructura libros de diferentes autores que sirvieron de guía para poder aplicar las distintas fases del estudio de mercado donde se pudo determinada que existe 42 productores que realizan el proceso de sus distintos derivados siendo los futuros clientes.
- Al desarrollar el estudio de mercado se conoció que existe una producción que puede cubrir parte del mercado al cual está dirigido la comercialización de la cebada. Para poder llegar al consumidor de cebada se aplicó diferentes estrategias de comercialización que ayuden a posesionar el centro de acopio en la mente del cliente para ello se analizó la estructura orgánica y filosofía corporativa con la que debe desempeñar su actividades dando cumplimiento a los procesos y procedimientos en cada uno de las áreas lo cual se pudo demostrar que el proyecto es viable y factible al conocer que la evaluación económica financiera demostró un VAN \$ 9.447,74TIR 20,34% Periodo de Recuperación de la Inversión de 4 años 5 meses y una Relación Beneficio Costo 1,18.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los productores de cebada de la parroquia Tixán realizar una asociación para que de esta forma puedan comercializar su producto de forma segura a un precio adecuado fortaleciendo la economía de cada uno y erradicando al intermediario que se aprovecha al momento de realizar la venta de dicho grano en el mercado.
- Se recomienda a las personas que deseen crear una empresa considerar los factores internos y externo los cuales ayudaran a conocer cuáles son los puntos fuertes y débiles al momento de realizar el estudio de mercado en cada uno de las faces siendo estos los más importantes para determinar la viabilidad y factibilidad del mismo para no tener perdidas de inversión.
- Se encomienda a todos los involucrado en la creación del centro de acopio aplicar las estrategias de mercado las culés ayuden a posesionarse en la mente del cliente brindando un producto de calidad en el copio y comercialización de la cebada dando cumplimiento con la filosofía corporativa planteada que esta direccionada a un buen funcionamiento empresarial, al igual que se debe analizar los costos, gastos e ingresos considerando cada uno de los factores que rodean a la institución para que el proyecto sea beneficioso tanto para el agricultor como para los inversionistas.

BIBLIOGRAFÍA

- Araujo, A. (2012). *Proyecto de Inversión*. México: Trillas.
- Blanco, M. (2018). *EL Mercado y la Comercialización*. Colombia: Trillas
- Bracho, M. (2014). *Determinación del Tamaño Óptimo*. Santa Ana de Coro: Empresariales.
- Bravo, M. (2011). *Contabilidad General*. UIDE, Quito: .
- Cendejas, J. (10 de mayo de 2022). *Justicia, mercado y precio*. Retrieved. Recuperado de: <https://dadun.unav.edu/handle/10171/53251>
- Cevallos, V., Esparza, F., Balseca, J., & Chafla, J. (Agosto de 2022). *Formulación y Evaluación de Proyectos para Financiamiento*. Recuperado de: <https://repositorio.cidcuador.org/jspui/handle/123456789/2073>
- Dávila, G., Catillo, D., & Mejía, A. (2021). *Contabilidad financiera bajo NIFF*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/219207>
- Galván, J. (2022). *Microeconomía: teoría y ejercicios*. México: Trillas.
- Garófalo, J., Falconí, P., & Llangari, M. (2020). *El cultivo de cebada: guía para la producción artesanal de semilla de calidad..* Quito: Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias.
- Herrera, P. J. (2016). *Proyecto enfoque gerencial*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Infoautonomos. (05 de octubre de 2022). *Cómo establecer el precio de tu producto, ya sea bien o servicio*. Recuperado de: <https://www.scribbr.es/citar/generador/folders/47ikGoCi6C0Rzgi4loHhYI/lists/49myskKfBIEWjxnRQbL1Gc/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2021). *Sistema agroalimentario de la cebada*. . Recuperado de: www.inec.gob.ec
- Lema, A., Basantes, E., & Pantoja, J. (2016). *Producción de cebada (Hordeum vulgare L.) con urea normal y polimerizada en Pintag, Quito, Ecuador*. Recuperado de: https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-13212017000100007
- Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario. (2022). *Las Organizaciones del Sector Asociativo*. Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_536567.pdf
- MacNeil, C. (2022). *Análisis de costo-beneficio: 5 pasos para tomar mejores decisiones*. Recuperado de: <https://asana.com/es/resources/cost-benefit-analysis>
- Montero, N. (2022). *VAN y TIR, dos herramientas para la viabilidad y rentabilidad de una inversión*. OBS Business School. Colombia: Trillas.

- Pérez, A. (2022). *VAN y TIR, dos herramientas para la viabilidad y rentabilidad de una inversión*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Pintor, Y. (13 de febrero de 2023). *Mejor con salud*. Recuperado de: <https://mejorconsalud.as.com/para-que-sirve-y-como-se-consume-la-cebada/>
- Prado, R., & Pascual, N. (2019). *El cliente como elemento central de la estrategia de servicios*. Recuperado de. <https://es.scribd.com/document/431593667/Prado-R-Pascual-N-2018-Marketing-Industrial-y-de-Servicios-Capitulo-7-Estrategias-Del-Marketing-Industrial>
- Riquelme, T. (2019). *Demanda (ley de demanda, características, definición y tipos. 2019*. México: Ecoe ediciones.
- Sánchez, D. (2020). *Análisis FODA o DAFO: el mejor y más completo estudio con 9 ejemplos prácticos*. Alemania: Bubok Publishing S.L.
- Sapag, C. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos: nociones básicas*. Colombia: ebooks Patagonia-Edición Digital.
- Tapia, L. (2022). *Producción mensual de sevada*. Recuperado de: <https://www.elementsgroup.com.ec/ecuador-apunta-a-la-produccion-mundial-de-cebada/#:~:text=ECUADOR%20APUNTA%20A%20LA%20PRODUCCIÓN%20MUNDIAL%20DE%20CEBADA,-Compartir%20en%3A&text=Solo%20en%20Ecuador%2C%20la%20agricultura,como%20maíz%2C%20quinua%20y%20cebad. elements>.
- Ureña, S., & Pazmiño, J. (2013). *Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio y comercialización de granos secos en el cantón San Miguel de Bolívar, provincia Bolívar, periodo 2012 – 2013*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamaba). Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/9946/1/102T0050.pdf>
- Villa, J. (2022). *Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio de granos y cereales en la parroquia Tixán, cantón Alausí, año 2022*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/18723/1/22T0983.pdf>
- Zendesk, M. (13 de diciembre de 2022). *Canales de distribución: 4 maneras de repartir tus productos*. Zendesk., MX. Recuperado de: <https://www.scribbr.es/citar/generador/folders/47ikGoCi6C0Rzgi4loHhYl/lists/49myskKfBIEWjxnRQbL1Gc/>

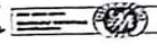
ANEXOS

ANEXO A: EVIDENCIA DE LA REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA DIRIGIDA CLIENTES



epoch

Facultad de
Administración
de Empresas



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

ENCUESTA CLIENTES

Encuesta dirigida a la posible demanda de la parroquia Tixán, Provincia de Chimborazo.

Objetivo: Conocer el grado de aceptación que tendrá la creación de un centro de Acopio en la parroquia Tixán para los posibles consumidores de cebada.

1. DATOS DEMOGRÁFICOS

Género

Masculino: Femenino:

Edad

20-30 años: 31-45 años: 46-56 años: 57 años a más:

2. CUESTIONARIO

1. ¿Conoce usted lo que es un Centro de Acopio?

Si:

No:

2. ¿Estaría usted dispuesto a comprar cebada en un centro de acopio?

Si: No:

Porque:

3. ¿Con que frecuencia compra usted cebada?

Diario:

Semanal:

Mensual:

Trimestralmente:

Otro:

4. ¿Al momento de adquirir la cebada en que características se fija usted? (seleccione una o más opciones)

Tipo:

Calidad:

Limpieza:

Presentación:

Precio:

5. ¿Cómo le gustaría a usted comprar la cebada?

Quintal:

Kilos:



epoch

Carrera de
Finanzas

Riobamba-Ecuador
Panamericana Sur km 1 1/4
Código Postal: EC060155

Teléfono: 593 (03) 2998-200
Ext. 2000 - 2002

epoch.edu.ec



esPOCH | Facultad de
Administración
de Empresas



6. ¿Qué cantidad de cebada usted adquiere semanalmente?

De 5qq-10qq: _____

De 11qq-20qq: _____

De 21qq-30qq: _____

Más de 31qq:

7. ¿El producto que usted compra para qué es destinado?

Venta: _____

Consumo: _____

Exportación: _____

8. ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación al comprar la cebada?

Saquillo:

Cartón: _____

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por el quintal de cebada?

De \$20-\$25: _____

De \$26-\$31: _____

Más de \$31:

10. ¿En dónde le gustaría comprar su producto?

Centro de Acopio:

Mercado Mayorista: _____

Ferias: _____

Productores: _____

11. ¿A través de que medio le gustaría recibir información respecto al producto?

Facebook:

WhatsApp: _____

TikTok: _____

Televisión: _____

Página Web: _____

Otro: _____

12. ¿Qué método de pago desearía usted?

Efectivo:

Crédito: _____

Transferencia Bancaria: _____

Depósito: _____



esPOCH | Carrera de
Finanzas

Riobamba Ecuador
Avenida Bolívar Sur km 11
Código Postal: 200002

Teléfono: 593 (03) 2998-200
Ext. 2000 - 2002

epoch.edu.ec

ANEXO B: EVIDENCIA DE LA REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS
AGRICULTORES



esepoch

Facultad de
Administración
de Empresas



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

ENCUESTA PRODUCTORES

Encuesta dirigida a los agricultores de la parroquia Tixán, Provincia de Chimborazo.

Objetivo: Conocer el grado de aceptación que tendrá la creación de un centro de Acopio en la parroquia Tixán para los agricultores de cebada.

1. DATOS DEMOGRÁFICOS

1.1 Género

Masculino: Femenino:

1.2 Edad

18-30 años: 31-45 años: 46-56 años: 57 años a más:

2. CUESTIONARIO

2.1 ¿Qué superficie de terreno dispone usted para la cosecha de la cebada?

1-2 Hectárea

2-3 Hectárea

3-4 Hectáreas

Más de 4 Hectáreas:

2.2 ¿Cuántos quintales de cebada produce usted en una cosecha?

De 1 a 30 qq:

De 30 a 60qq:

De 60 a 90qq:

Más de 90qq:

2.3 ¿La cosecha que usted adquiere de la producción de cebada para que lo destina?

Venta:

Consumo:

Venta y Consumo:

2.4 ¿Cuántas veces al año usted cosecha la cebada?

Mensual:

Trimestral:

Anual:

Otro:

2.5 ¿A qué lugares destina usted la cosecha de cebada para la venta?

Mercado Mayorista:

Ferías Populares:

Intermediarios:

esepoch | Carrera de
Finanzas

Riobamba-Ecuador
Panamericana Sur km 1¼
Código Postal: EC060155

Teléfono: 593 (03) 2998-200
Ext. 2000 - 2002

esepoch.edu.ec



esPOCH | Facultad de
Administración
de Empresas



Otro: _____

2.6 ¿Cuál es el precio que le pagan por el quintal de cebada?

20-30 dólares: X

30-40 dólares: _____

40-50 dólares: _____

Más de 50 dólares: _____

2.7 ¿Le gustaría que se creara un Centro de acopio de cebada en la parroquia?

Si: X No: _____

Porque: Por necesidad ya que les quedaria mas cerca

2.8 ¿Cuántos quintales de cebada destinaría semanalmente usted para la venta al centro de acopio?

10 a 20 qq: X

20 a 30 qq: _____

Más de 30 qq: _____

2.9 ¿Por qué decidiría vender al centro de acopio su producción? (seleccione una o más opciones)

Precio Justo: _____

Facilidad de transporte: X

Volumen de Entrega: _____

Venta: _____

2.10 ¿Cuál es el método de cobro desearía usted?

Efectivo: X

Crédito: _____

Transferencia Bancaria: _____

Depósito: _____



esPOCH | Carrera de
Finanzas

Riobamba-Ecuador
Panamericana Sur km 1½,
Código Postal: EC060155

Teléfono: 593 (03) 2998-200
Ext. 2000 - 2002

esPOCH.edu.ec

ANEXO C: FORMATO DE LA ENTREVISTA



epoch | Facultad de
Administración
de Empresas



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CARRERA DE FINANZAS

1.1. Entrevista dirigida al Presidente de la Junta Parroquial de Tixán.

Objetivo: Conocer el grado de aceptación y aporte que tendrá la creación de un centro de Acopio por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia rural de Tixán.

- 1.- ¿Qué acciones ha tomado usted como representante del GADPR de Tixán a favor de los productores durante su periodo?
- 2.- ¿Cuál es la oferta productiva que tiene la cebada en la parroquia Tixán?
- 3.- ¿Cuáles son los procesos de la siembra de cebada?
- 4.- ¿Qué factores negativos considera usted que afectan a la producción de cebada?
- 5.- ¿Usted cree que los precios en el mercado son estables?
- 6.- ¿Como representante del GAD Parroquial rural de Tixán ésta de acuerdo usted con la creación de un centro de acopio de cebada en la parroquia y como aportaría en la gestión?

|



epoch | Carrera de
Finanzas

Riobamba-Ecuador
Panamericana Sur km 1½
Código Postal: EC060155

Teléfono: 593 (03) 2998-200
Ext. 2000 – 2002

epoch.edu.ec

ANEXO D: FOTOS REALIZADAS EN LA ENCUESTA





epoch

**Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 20 / 12 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: MARIA LLAMILEX ROMERO VILLACRES
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



2168-DBRA-UPT-2023